

Plan de comunicación

Infobit Informática SL



Máster en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación
Especialidad: *Dirección Estratégica de Comunicación*

TRABAJO FIN DE MÁSTER

Autora: **Paloma Gómez Selma**
DNI: 73.403.641-S

Tutor: **Carlos Fanjul Peyró**

Julio, 2019

ÍNDICE

PRIMERA PARTE

1.	INTRODUCCIÓN.....	4
2.	INTRODUCTION.....	5
3.	JUSTIFICACIÓN E INTERÉS DEL TEMA.....	6
4.	EXPLANATION AND INTEREST OF THE TOPIC.....	7
5.	OBJETIVOS.....	8
6.	OBJECTIVES.....	9

SEGUNDA PARTE

7.	INVESTIGACIÓN SOBRE LA COMPAÑÍA.....	11
7.1.	HISTORIA.....	11
7.2.	ORGANIGRAMA.....	16
7.3.	IDENTIDAD CORPORATIVA.....	18
7.3.1.	CULTURA CORPORATIVA.....	18
7.3.2.	CORPORATE.....	19
7.3.2.1.	MISIÓN.....	19
7.3.2.2.	VISIÓN.....	19
7.3.2.3.	VALORES.....	20
7.4.	IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA.....	21
7.4.1.	SÍMBOLO, LOGOTIPO Y TIPOGRAFÍA.....	21
7.4.2.	EVOLUCIÓN.....	25
7.4.3.	COLORES CORPORATIVOS.....	27
7.4.4.	APLICACIONES.....	29
7.5.	ANÁLISIS EXTERNO.....	34
7.6.	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	34
7.6.1.	SOMA INFORMÁTICA SL.....	35
7.6.2.	DOMATIX TECHNOLOGIES SL.....	45
7.6.3.	INDAWS.....	49
7.7.	MAPA DE PÚBLICOS.....	53
7.8.	ANÁLISIS DAFO.....	57
8.	CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	61
9.	PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN.....	62

9.1.	IVC DISPERSA DE LA EMPRESA.....	62
9.2.	NO EXISTE UN POSICIONAMIENTO DEFINIDO.....	62
9.3.	POCA VISIBILIDAD DE SU SERVICIO ESTRELLA.....	72
9.4.	COMPETENCIA MUY ACTIVA.....	73
10.	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.....	74
11.	OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	76
11.1.	DAR COHERENCIA A LA IDENTIDAD VISUAL.....	76
11.2.	ESTABLECER EL POSICIONAMIENTO.....	76
11.3.	PROMOVER EL USO DE ODOO FRENTE A OTROS ERP'S.....	77
11.4.	COMBATIR LA ACTIVIDAD PROMOCIONAL DE LA COMPETENCIA.....	78
11.5.	MANTENIMIENTO DE LAS ESTRATEGIAS.....	78
12.	PLAN DE ACCIONES.....	79
12.1.	UNIFICACIÓN DE LA IVC EN TODOS LOS SOPORTES.....	79
12.2.	CREACIÓN Y SEGUIMIENTO DE COMUNICACIÓN ONLINE.....	80
12.2.1.	ESTABLECIMIENTO Y MANEJO DE REDES SOCIALES.....	81
12.2.2.	AUMENTO DEL USO DE LA PLATAFORMA <i>YOUTUBE</i>	83
12.2.3.	AMPLIACIÓN DE CONTENIDOS EN LA PÁGINA WEB.....	84
12.3.	PROMOCIÓN DEL SERVICIO DIFERENCIADOR.....	86
12.4.	CONSTANCIA EN LA APLICACIÓN DE LAS ACCIONES.....	86
13.	CRONOGRAMA.....	87
14.	PRESUPUESTO.....	90
15.	HONORARIOS.....	91
16.	VIABILIDAD DEL PLAN.....	92

TERCERA PARTE

17.	CONCLUSIONES.....	95
18.	CONCLUSIONS.....	97
19.	BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA.....	99
20.	ANEXOS.....	104
20.1.	CURRÍCULUM DE LOS EMPLEADOS.....	104
20.2.	EVOLUCIÓN IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA.....	112
20.3.	PÁGINA WEB.....	123
20.4.	CANAL DE <i>YOUTUBE</i>	126
20.5.	CONTENIDO <i>SOMA INFORMÁTICA SL</i>	128
20.6.	ENCUESTAS.....	140

PRIMERA PARTE

1. INTRODUCCIÓN

Plan de Comunicación, Empresa, Publicidad, Informática.

En este Trabajo Final de Máster se va a abordar el proceso de elaboración de un plan de comunicación para una empresa de informática. La empresa se llama *Infobit Informática SL* y, a su vez, trabaja para otra empresas. El proyecto está dividido en dos partes; por un lado se encuentra la parte más formal que recoge la justificación e interés del tema, los objetivos y el marco teórico. Por otra parte, se encuentra la parte más técnica, incluyendo así la investigación sobre la compañía, el diagnóstico general de la empresa, los objetivos de comunicación, las estrategias de comunicación y plan de acciones, la cronología, el presupuesto, la facturación, la viabilidad del plan y las conclusiones. En último lugar se encuentra la bibliografía y webgrafía empleada y los anexos con los desgloses complementarios.

2. INTRODUCTION

Communication Plan, Company, Advertising, Computing.

In this Final Project, the process of preparing a communication plan for a computer company will be addressed. The company is called *Infobit Informática SL* and, in turn, works for other companies. The project is divided into two parts; On the one hand is the most formal part that includes the justification and interest of the subject, the objectives and the theoretical framework. On the other hand, the most technical part is found, including research on the company, general diagnosis of the company, communication objectives, communication strategies and action plan, chronology, budget, billing, feasibility of the plan and conclusions. In last place is the bibliography and webgraphy used and the annexes with the complementary breakdowns.

3. JUSTIFICACIÓN E INTERÉS DEL TEMA

El tema se ha seleccionado con la pretensión de hacer avanzar a nivel comunicativo y promocional a esta empresa local de informática llamada *Infobit Informática SL*, puesto que no sólo se dedica a realizar ventas al por menor y servicios locales, también presta servicios informáticos y de gestión a grandes empresas de la Comunidad Valenciana, como es el caso de la sede principal de *IRCO SL* -Industria Restauración Colectiva-.

A nivel laboral, este proyecto me ayudará a avanzar como profesional en el sector y a gestionar con una base sustentada la comunicación de la propia empresa, ya que no existe ningún documento de comunicación previo y soy trabajadora de la misma. Gracias a este proyecto, se podrá explotar el gran potencial de esta empresa, tanto a nivel local como autonómico.

A nivel personal, con este Trabajo Final de Máster podré poner en práctica los conocimientos adquiridos tanto en el Grado de Comunicación Audiovisual como, sobre todo, en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas. También mejoraré mi capacidad de adaptación a nuevas situaciones y el aprendizaje autónomo, junto a la capacidad de análisis y síntesis, gestión de la información y organización y planificación de contenidos. En aspectos generales y globales, este proyecto no deja de ser un reflejo de mi espíritu emprendedor y motivacional para los nuevos retos que están por llegar.

4. EXPLANATION AND INTEREST OF THE TOPIC

The theme has been selected with the aim of advancing at a communicative and promotional level to this local it company called *Infobit Informática SL*, since it is not only engaged in retail sales and local services, it also provides it and management services. To large companies in the Valencian Community, such as the headquarters of *IRCO SL* - Collective Catering Industry-.

At work level, this project will help me to advance as a professional in the sector and to manage with a sustained base the communication of the company itself, since there is no previous communication document and I am a worker of it. Thanks to this project, the great potential of this company can be exploited, both locally and autonomously.

On a personal level, with this Final Project I will be able to put into practice the knowledge acquired both in the degree in *Audiovisual Communication* and, above all, in the degree of *Advertising and Public Relations*. I will also improve my ability to adapt to new situations and autonomous learning, together with the ability to analyze and synthesize, manage information and organize and plan content. In general and global aspects, this project does not stop being a reflection of my entrepreneurial and motivational spirit for the new challenges that are about to arrive.

5. OBJETIVOS

A la hora de elaborar este Trabajo de Fin de Máster me he marcado cuatro objetivos. El primero y más importante es establecer de forma coherente y argumentada todas las tareas necesarias para afrontar de forma resolutive el plan de comunicación de una empresa.

En segundo lugar, el trabajo pretende ser la base de una propuesta posterior a presentar a la empresa para la que trabajo y protagonista del proyecto, *Infobit Informática SL*. Este objetivo resulta fundamental a la hora de financiar el proyecto.

En tercer lugar, el trabajo debe servir para asentar los conocimientos de la carrera a través de una propuesta práctica. Las asignaturas de *Creatividad, Comunicación Corporativa y Gestión de Marca, Estrategias de Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Corporativa: el Plan de Comunicación y la Gestión de Intangibles, Habilidades Directivas, Management y Liderazgo y Comunicación Transmedia en las Organizaciones* se conforman como un basamento ineludible para poder acometer el plan de comunicación. Este trabajo es deudor de los conocimientos adquiridos en esas materias e intenta desarrollar de forma correcta los conceptos, procedimientos y habilidades allí aprendidos. Por otra parte, también pretendo aplicar los conocimientos y experiencias adquiridos en mi período de formación en *Alfatec Sistemas SL*, empresa dedicada a la consultoría, desarrollo y mantenimiento de sistemas informáticos.

Por último, este trabajo debe permitirme adentrarme en las habilidades básicas de la investigación: conocimiento de la estructura básica de un proyecto, así como del uso y presentación de los recursos utilizados en él; capacidad para la planificación y la sistematización; capacidad para la expresión razonada de ideas complejas.

6. OBJECTIVES

At the time of preparing this Final Project I have marked four objectives. The first and most important is to establish in a coherent and well-argued way all the necessary tasks to tackle in a decisive way the communication plan of a company.

Secondly, the work aims to be the basis of a subsequent proposal to present to the company for which I work and protagonist of the project, *Infobit Informática SL*. This objective is essential when financing the project.

Third, the work should serve to establish the knowledge of the career through a practical proposal. The subjects of *Creatividad, Comunicación Corporativa y Gestión de Marca, Estrategias de Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Corporativa: el Plan de Comunicación y la Gestión de Intangibles, Habilidades Directivas, Management y Liderazgo* and *Comunicación Transmedia en las Organizaciones* are formed as an inescapable foundation to be able to undertake the communication plan. This work is indebted to the knowledge acquired in these subjects and tries to develop correctly the concepts, procedures and skills learned there. On the other hand, I also intend to apply the knowledge and experience acquired during my training period at *Alfatec Sistemas SL*, a company dedicated to the consulting, development and maintenance of computer systems.

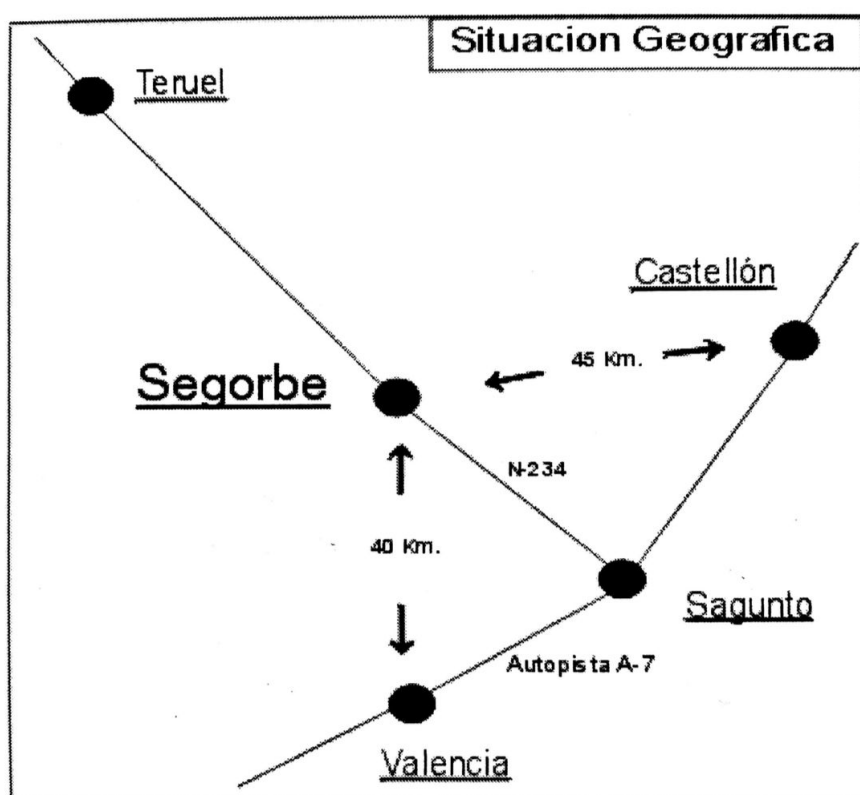
Finally, this work should allow me to delve into the basic skills of research: knowledge of the basic structure of a project, as well as the use and presentation of the resources used in it; capacity for planning and systematization; capacity for the reasoned expression of complex ideas.

SEGUNDA PARTE

7. INVESTIGACIÓN SOBRE LA COMPAÑÍA

7.1. HISTORIA

La empresa *Infobit Informática SL* es una empresa de servicios informáticos que fue fundada el 1 de diciembre del año 1997 en la localidad de Segorbe, situada en el interior de Castellón, a raíz del compromiso de un grupo de profesionales que conformaban el Departamento de Informática y Desarrollo de una empresa mayorista y franquiciadora de alimentación. Dichos socios fundadores son Vicente Selma Durbá y Jorge Echeazarra Zacarés. La situación geográfica en la localidad de Segorbe se debe principalmente a razones estratégicas, puesto que Segorbe es la capital de la comarca del Alto Palancia y centro físico de tres capitales provinciales. Con esta ubicación estratégica se pretendía estar más cerca físicamente de los clientes y así poder ser mucho más eficientes en la prestación de servicios.



Situación geográfica de *Infobit Informática SL*. Fuente: Infobit.

Con el nacimiento de esta empresa se pretendía apostar por el tejido comercial e industrial de la zona y dotar tecnológicamente a las empresas situadas en la misma para que estuvieran en vanguardia de las últimas innovaciones, tanto de *software* como de *hardware*. Desde el primer momento, *Infobit Informática SL* apostó por la calidad de sus productos y por un servicio integral, rápido y especializado. Con el paso de los años, se ha ido afianzando en el sector y ha crecido y evolucionado hasta convertirse en lo que es a día de hoy, un comercio al por menor de ordenadores, equipos periféricos y programas informáticos en establecimientos especializados.

Esta empresa, surgió fruto de las propias curiosidades de sus socios fundadores para abarcar una necesidad del mercado creciente, gracias a los estudios que ambos habían realizado y a las labores previas que habían desempeñado en trabajos anteriores, se centraron en la creación de una empresa que permitiera ofrecer un servicio de máxima calidad dentro de un sector muy explotado en los últimos años, de forma que posibilitara a un elevado número de clientes realizar trabajos profesionales de confianza y calidad. Desde sus inicios, la empresa ha apostado por conseguir ofrecer lo mejor para sus clientes, marcando tres aspectos esenciales que reflejar de cara a los mismos:

- Asesoramiento profesional: en el que proporcionar las soluciones que mejor se adapten a cualquier necesidad.
- Instalaciones técnicas: por las que se diseñan las infraestructuras y se lleva a cabo la integración de *software* y *hardware*.
- Soporte técnico y humano: post-venta para el mantenimiento y actualización de los sistemas informáticos.

En sus inicios, ambos socios fundadores se dedicaban estrictamente a servicios locales tales como arreglar equipos informáticos y la venta de los mismos. Conforme se fueron dando a conocer por la comarca del Alto Palancia, comenzaron a crecer y

a contratar a personal hasta aunar un equipo de ocho trabajadores. Del mismo modo crecieron de manera online hasta llegar a la actualidad, con servicios de *software*, tele-asistencia e incluso creación de App's móviles. Toda la plantilla de *Infobit Informática SL* está altamente cualificada y se encarga de ofrecer a sus clientes un trato diferente e individualizado. El equipo técnico y ejecutivo se encuentra en constante formación para estar en vanguardia de las últimas innovaciones, haciendo un gran esfuerzo económico y humano en I+D. Está presente en el censo cameral en el I.A.E. desde el año 2017.

Por medio de los equipos técnicos con los que contaron desde los inicios, se han podido realizar las actividades más demandadas del sector de la informática. Las actividades que se llevan a cabo actualmente, dependiendo de la evolución de la demanda, son:

- La compraventa al por mayor y menor de equipos informáticos.
- Asesoramiento y confeccionamiento de programas informáticos en establecimientos especializados.
- Instalación, integración y diseño de infraestructuras y sistemas informáticos.
- Desarrollo de aplicaciones.
- Formación a empresas.
- Mantenimiento de instalaciones.
- Servicio de Asistencia Técnica (SAT).
- Venta de *software* y *hardware*.
- Internet y comunicaciones.
- Asesoramiento profesional.

Entre ellos, cabe destacar los más notorios que han caracterizado a la empresa y su filosofía de trabajo desde el momento de su fundación:

- El asesoramiento profesional es crucial a la hora de la toma de contacto por centrarse en las empresas que necesitan la renovación total o parcial de su sistema informático o ante la necesidad de informatizar cualquier negocio.

Primero parte de una análisis exhaustivo del tipo de empresa y el sector en el que realiza su actividad, además de examinar todas las especialidades que caracterizan ese negocio, se realiza un informe en el que se establece cual es el *software* que necesita para una gestión adecuada. En función de ese *software*, también se detalla cual es el *hardware* necesario para que el sistema informático quede verdaderamente consolidado. Al mismo tiempo se desarrolla un plan de ataque, en el que se establecen los plazos y la formación necesaria para llevar a cabo la total integración informática.

- La instalación, integración y diseño de infraestructuras y sistemas informáticos comienza una vez aprobado el informe, en este momento comienza la labor de los técnicos que realizan una integración de *software* y *hardware* para que funcione el sistema perfectamente.
- El desarrollo de aplicaciones se emplea para resolver situaciones determinadas, principalmente regido por la falta de diseño y desarrollo de una metodología de trabajo.
- La formación a empresas gestiona que el personal que esté implicado en el sistema informático sea formado consecuentemente en las propias instalaciones por los técnicos y profesionales. Una vez el personal se encuentra capacitado finaliza la formación propiamente dicha, a pesar de que no acaba una vez transcurridas las lecciones, se mantiene el compromiso de reciclaje y nueva formación en la evolución que sufren las aplicaciones de gestión.
- A pesar de todas las precauciones y medidas mencionadas anteriormente, es inevitable que pueda surgir cualquier avería que interrumpa el funcionamiento normal de los sistemas, con el consecuente perjuicio que ocasiona. Por ello, se ofrece el mantenimiento del sistema informático para que se adecue a las necesidades de las empresas y así evitar que la posible caída del sistema se exceda más de lo estrictamente necesario.

- El servicio de asistencia técnica se realiza en los talleres de las instalaciones, donde se resuelven las averías de carácter técnico. El SAT (Servicio de Asistencia Técnica) está especializado principalmente en:
 - Reparación de equipos, ordenadores, impresoras, monitores, discos duros, placas, etc.
 - Recuperación de datos de discos duros o sistemas de almacenamiento, incluso con la mecánica averiada.
 - Limpieza de virus, utilizando las últimas herramientas de prevención y desinfección de virus.
- La venta de *software*, *hardware* y todo tipo de consumibles que se encuentran en el mercado están en la tienda física de *Infobit Informática SL*. La venta directa es otro tipo de servicio que se oferta a los clientes en el que se pueden aprovisionar de cualquier tipo de consumible por específico que sea.

DATOS BÁSICOS	
Actividad	Servicio integral informático, desde la implantación de herramientas ofimáticas hasta el despliegue de redes.
Forma jurídica	Sociedad Limitada (SL).
Personal	Ocho personas.
Equipos	Equipos informáticos, <i>hardware</i> , <i>software</i> y mobiliario de oficina.
Herramientas de promoción	Página web (www.infobit.es).
Instalaciones	150 metros cuadrados.
Localización	Calle Doctor Velázquez Andrés, Nº 25, 12400 Segorbe (Castellón).



Mapa de localización de *Infobit Informática SL*. Fuente: Página web Infobit.

7.2. ORGANIGRAMA

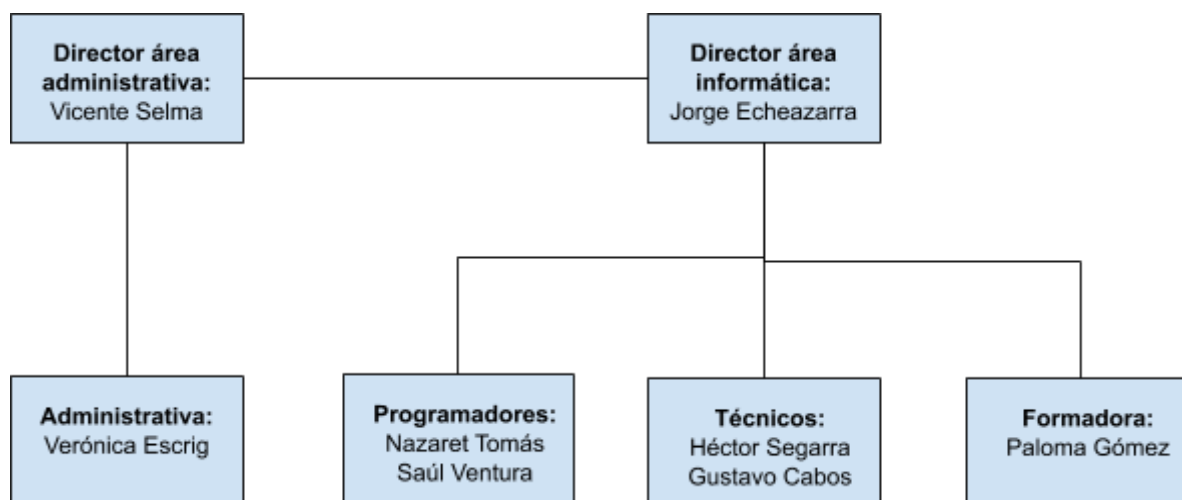
Según argumenta Joan Costa, “El organigrama es la fotografía estática de un esfuerzo de racionalización de algo tan complejo como la gestión de personas en una empresa.” (2018: 108). Bajo la presión del tópico “Si usted no dice lo que es su empresa o institución, otros se adelantarán a decir lo que no es” (Martín, 1995: 43), debemos tener presente y de forma clara el organigrama y la estructura de la propia empresa. Actualmente, *Infobit Informática SL* consta de ocho empleados distribuidos en cuatro departamentos diferentes.

- Departamento de Administración: Centrado en funciones de contabilidad de facturas, cobro a los clientes, pago a los trabajadores y llevar al día todos los pagos e impuestos correspondientes. En este departamento se encuentran el director del área administrativa y de recursos humanos y una recepcionista diplomada en empresariales que también se encarga de la contabilidad.
- Departamento de Servicio de Asistencia Técnica y Conectividad: Se centran en realizar servicios postventa, arreglar aparatos electrónicos, mantenimiento de terminales y dispositivos, mantenimiento de servidores, mantenimiento de aplicaciones y *software*, soporte de usuarios para actualizaciones o reparaciones de servicios informáticos, instalación y actualización de *software* y *hardware*, eliminación de *software* malicioso, revisión y actualización de los

criterios de seguridad, recuperación de datos y gestión de bases de datos y servicios de conexión de red. Este departamento lo conforman el jefe del departamento de asistencia técnica y conectividad y un técnico de asistencia a domicilio y mantenimiento de sistemas informáticos.

- Departamento de Análisis y Desarrollo: A cargo de funciones en diseño de sistemas, mantenimiento de sistemas, mantenimiento de redes, asesorías, transferencia de información, ejecución de políticas en el servicio de internet tanto inalámbrico como de red de datos, apoyo a usuarios en operaciones de implementación o adecuación de servicios informáticos, detección y eliminación de virus y/o programas espías, instalación y mantenimiento de *software* propio o programas comerciales, realización y control de copias de seguridad de la información sensible de la empresa, control de la red y actualización de plataformas. En este departamento se ubican dos programadores y analistas y el director del área informática y analista.
- Departamento de Soporte Técnico y Mantenimiento: Responsable de administrar la página web, gestión del servicio de correo electrónico, gestión del manejo de usuarios, la plataforma virtual y de mensajería instantánea, administración de la red telefónica institucional, instalación y configuración de componentes internos o externos, recuperación de datos eliminados o destruidos, elaboración de manuales y guías de funcionamiento, inventario y control de *hardware* y *software*, desarrollo de políticas de uso de equipos informáticos, formación a los usuarios, desarrollo de planes de mantenimiento y establecimiento de criterios de seguridad. Este departamento está formado por una graduada en comunicación audiovisual que ejerce como formadora de App's.

De tal modo, un organigrama visual de los diferentes aspectos que engloba la empresa junto con sus trabajadores sería el siguiente:



Estructura organizacional de *Infobit Informática SL*. Fuente: Propia.

7.3. IDENTIDAD CORPORATIVA

La identidad corporativa es generalmente definida como el ser de la empresa, es decir, su esencia (Villafañe, 1999; Hatch y Schultz, 2010). La identidad de una empresa debemos entenderla desde una concepción dinámica, porque “aunque posee atributos de naturaleza permanente, otros son cambiantes e influyen sobre los primeros, no transformándolos sino reinterpretando su sentido y el significado que estos atributos tienen para la organización” (Villafañe, 1999: 18).

7.3.1. CULTURA CORPORATIVA

Al igual que ocurre con la identidad, la cultura es uno de los aspectos clave que componen una organización y contribuyen a darle su carácter diferente y difícil de copiar (Hatch y Schultz, 2010). Villafañe define la cultura como el “proceso de socialización que los miembros de una organización hacen de su identidad corporativa a partir de un conjunto de valores y presunciones básicas que regulan sus relaciones internas y externas” (2013: 58).

7.3.2. CORPORATE

Infobit Informática SL, al tratarse de una empresa que nunca había gestionado su comunicación, no era poseedora de misión, visión y valores establecidos por escrito. Es por ello que, a través de la investigación previa que he realizado tanto a nivel interno de la empresa como a nivel externo de cara a sus competidores y al sector, he conseguido extraer una misión, una visión y unos valores que hacen referencia a todo lo que la empresa es y quiere conseguir. “La cultura de una organización está asociada a la forma de funcionar, de actuar y de relacionarse en el seno de la misma.” (Córdoba, 2000: 169)

Dicha investigación, se ha llevado a cabo gracias a la comunicación con los propios trabajadores y a la declaración de intenciones de los socios fundadores de la empresa. También ha sido posible tras un exhaustivo análisis del sector y la competencia, información que se detalla en los puntos 7.5 y 7.6, respectivamente.

7.3.2.1. MISIÓN

Según Diego Monferrer, la misión es “una declaración formal del propósito general de la compañía, lo que desea conseguir en el tiempo y en el espacio.” (2013: 40)

Ofrecer un servicio profesional, de confianza e innovador explotando todas las soluciones informáticas de interés existentes en la actualidad para garantizar el buen hacer de las empresas.

7.3.2.2. VISIÓN

Como argumenta Ramón Martos Calpena en su Tesis Doctoral, “La visión hace referencia al perfil que se desea para la empresa en el futuro, con especial enfoque con respecto a otras organizaciones rivales.” (2009: 50)

Ser un referente tecnológico en el mercado valenciano, lograr que las empresas de la Comunidad Valenciana den el salto al mundo digital y se adapten a las exigencias actuales gracias a los servicios tecnológicos más innovadores.

7.3.2.3. VALORES

Los valores de una compañía son fundamentales para “saber dónde estamos, dónde queremos ir y de qué manera.” (Monferrer, 2013: 37)

Los valores fundamentales de *Infobit Informática SL* son: innovación, formación y honestidad.

Estos valores identifican profundamente a la empresa y no sólo la diferencian de su competencia, sino que la hacen destacar por encima de ella. Todas las actividades y decisiones se rigen por estos valores, cada uno de ellos refleja y complementa las respectivas partes esenciales de la empresa.

La innovación, como sustento en lo referente a la constante renovación tanto de *software* como de *hardware*. Gracias a ello, se puede introducir en el mercado digital un nuevo y mejorado servicio, facilitando las tareas fundamentales de los clientes y mejorando su experiencia con la propia empresa, teniendo en cuenta la importancia de mirar hacia el futuro y poniendo en primer lugar los intereses de los clientes. Según Joan Costa, “Se trata de innovar sin olvidar lo esencial del carácter identitario de la organización.” (2015: 80) Según Justo Villafañe, la innovación también contribuye a la “capacidad de inventar soluciones que generen valor para todos sus *stakeholders*.” (2013: 179)

La formación, tanto por la profesionalidad y el continuo aprendizaje de los propios empleados para conseguir una mejora constante de los servicios, como por la formación que ofrece de forma incesante a los usuarios para que así no dejen de actualizarse una vez hayan adquirido un producto o servicio. Según Justo Villafañe es importante que sea “capaz de armonizar las diferencias entre su gente enriqueciendo la organización.” (2013: 179) y tenga un “entorno favorecedor del

desarrollo de las personas que la componen y que hacen aflorar su talento.” (2013: 179)

La honestidad, como sinónimo de transparencia, un factor muy importante teniendo en cuenta los cambios en la *Ley Orgánica de Protección de Datos*, derivando así también en la confianza y la responsabilidad por cuidar cada dato y cumplir con el ordenamiento jurídico en cada servicio ofertado. Según Justo Villafañe es importante que “garantice la seguridad porque sea ética y sostenible.” (2013: 179)

7.4. IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA

La identidad visual corporativa es hacer visibles los valores de una marca. “El objetivo de la identidad visual es hacer conocer, reconocer, diferenciar y memorizar una marca por medio de signos y símbolos visuales.” (Costa, 2013: 115) Con todo ello, debemos tener en cuenta que sin diferencia no hay identidad, porque todo aquello que no es diferente se convierte en indiferente.

7.4.1. SÍMBOLO, LOGOTIPO Y TIPOGRAFÍA

Infobit Informática SL optó desde sus inicios por la adopción de una solución tipográfica, es decir, de un logotipo sin anagrama o imagotipo, al cual también le acompañó en su momento el diseño de un icono figurativo que tan sólo se utiliza en la actualidad para el cartel del comercio, el merchandising y las bolsas de plástico. Actualmente, utilizan el logotipo positivo de forma genérica y sobre cualquier fondo de color diferente al color corporativo principal, que es el morado, y el logotipo negativo para los fondos personalizados de la empresa que suelen hacer uso del color morado y por lo tanto no es posible la visualización del logotipo positivo. Por otro lado, continúan utilizando el símbolo que existía antes del logotipo actual, que de hecho todavía conserva el antiguo color corporativo, el verde. Este símbolo se encuentra tanto en la puerta del comercio como en las bolsas de plástico que dan por la compra de productos o en las libretas y bolígrafos que se utilizan en el establecimiento.

Infobit
I N F O R M Á T I C A

Logotipo positivo actual de *Infobit Informática SL*. Fuente: Infobit.

Infobit
I N F O R M Á T I C A

Logotipo negativo actual de *Infobit Informática SL*. Fuente: Infobit.

Infobit
i n f o r m á t i c a

Logotipo antiguo de *Infobit Informática SL*. Fuente: Infobit.



Icono antiguo de *Infobit Informática SL*. Fuente: Infobit.

Incluso en este icono aparentemente básico, compuesto exclusivamente por tipografía, el signo se convierte en icono al contener elementos singulares que lo personalizan. Aquí se encuentra el icono de la tecla “F1” del ordenador. Esta marca gráfica como representación icónica, busca la relación con la idea del objeto que ella representa, de este modo, la tecla del ordenador la asociamos de manera denotativa con el ámbito de la informática y la “F1” que se encuentra dentro la vinculamos de forma connotativa con la marca “Infobit”.

Al tratarse de una forma integrada, completa y estable, su percepción está bien definida para que el cerebro pueda organizar los elementos visuales, como indica la “ley de la buena forma” de la Gestalt. La forma geométrica que utiliza, un cuadrado con las puntas redondeadas, representa el futuro, porque es la forma básica del espacio; credibilidad, porque el cuadrado es la imagen del orden y la estabilidad; y objetividad, porque presenta lo sólido, la racional y lo tangible. Como podemos comprobar, esta figura con el perfil redondeado produce sensaciones más agradables y amables que una de extremos angulosos, la forma completamente unida provoca evocaciones de empatía y complementariedad, y su forma sinuosa produce evocaciones más placenteras que las de las formas rígidas. Esta estética agradable, que transmite simetría, unidad y solidez, también contribuye a la memorabilidad de la marca.

Un logotipo “se diseña tanto para ser leído como para ser visto” (Costa, 2013: 109), por ello la forma más simple y directa de enfocar la identidad visual es con el nombre de la marca, es decir, la identidad verbal. El logotipo es el denominativo de la empresa expresado de manera singular, es el nombre diseñado en una forma tipográfica y gráfica concreta y diferenciada de manera que asuma carácter y significado.

El primer logotipo partió de la tipografía *FF DIN* y con el paso del tiempo se han ido realizando modificaciones a través del cambio de trazo hasta conseguir el logotipo actual, que prácticamente no se basa en ninguna tipografía porque está diseñado en su totalidad con la herramienta pluma que se encuentra en los programas de diseño.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÀÁÊË
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
àá&123456789
01234567890(\$£€.,!?)

Tipografía *FF DIN*. Fuente: Identifont.

7.4.2. EVOLUCIÓN

Tras su correspondiente evolución adaptada a las circunstancias internas y del mercado con el paso de los años, el logotipo se ha rejuvenecido obedeciendo a las necesidades de la compañía. Esta evolución ha pasado por una simplificación gráfica y una depuración de las formas, lo cual concluye en una modernización del estilo haciendo la identidad más directa y concreta, suprimiendo los rasgos accesorios que restaban suavidad y delicadeza al conjunto. Se puede comprobar cómo ha conservado su estructura básica pero dándole una interpretación visual nueva. En definitiva, la evolución que ha acarreado la identidad de *Infobit Informática SL* ha ido de la mano con el cambio de productos, el aumento de servicios que se ofrecen y, la más importante, la expansión de cara a los clientes hacia los que se dirigen estos servicios. Por ello, ha dejado atrás la imagen amigable y tecnológica para centrarse en la profesionalidad y proximidad.

A continuación, a través de la evolución visual del logotipo, se puede observar cómo se pasa del primer logotipo caracterizado por un color verde claro hasta el actual que refleja como color corporativo el morado, todo ello a través de una transición cromática en escala de grises.

INFOGRAFÍA

IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA



PRIMER LOGOTIPO
1997



SEGUNDO LOGOTIPO
2002



TERCER LOGOTIPO
2006



CUARTO LOGOTIPO
2008



QUINTO LOGOTIPO
2010



LOGOTIPO ACTUAL
2017

Infografía de la identidad visual corporativa de *Infobit Informática SL*. Fuente: Propia

7.4.3. COLORES CORPORATIVOS

Los colores corporativos se integran de manera inseparable con la marca gráfica y con cada uno de los signos de identidad que la componen, porque debido a sus diversas interpretaciones, el color carece de sentido si no encaja en un conjunto más amplio y no refleja los valores intrínsecos de la marca. El logotipo actual está caracterizado por un color expresivo, por apostar por los contrastes y proporciones.

El color morado está asociado a la nobleza y la creatividad. El blanco y el negro son los colores universales por definición, transmitiendo sobriedad, concreción y elegancia a la par que neutralidad por su ausencia de color. El color gris tiene un significado que transmite confianza, madurez e inteligencia, es cualquiera de los puntos de luminosidad media entre la máxima luz caracteriza el color blanco y la luz nula del negro.

COLORES CORPORATIVOS

IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA



CMYK: 0, 0, 0, 0
RGB: 255, 255, 255



CMYK: 100, 100, 100, 100
RGB: 0, 0, 0



CMYK: 0, 0, 0, 50
RGB: 128, 128, 128



CMYK: 49, 84, 0, 0
RGB: 163, 73, 164

Colores corporativos de la identidad visual corporativa de *Infobit Informática SL*. Fuente: Propia.

7.4.4. APLICACIONES

La identidad visual corporativa que utiliza *Infobit Informática SL* varía dependiendo de los elementos que se utilicen. En el caso del rótulo del comercio, las bolsas de plástico y el merchandising todavía continúan utilizando el icono “i” acompañado de color verde. Sin embargo, tanto para la página web y las firmas del correo electrónico como para los nuevos elementos que se han incorporado en el interior del comercio, la papelería corporativa y todas las publicaciones en el medio online, hacen uso del último logotipo al cual acompaña el color corporativo morado.



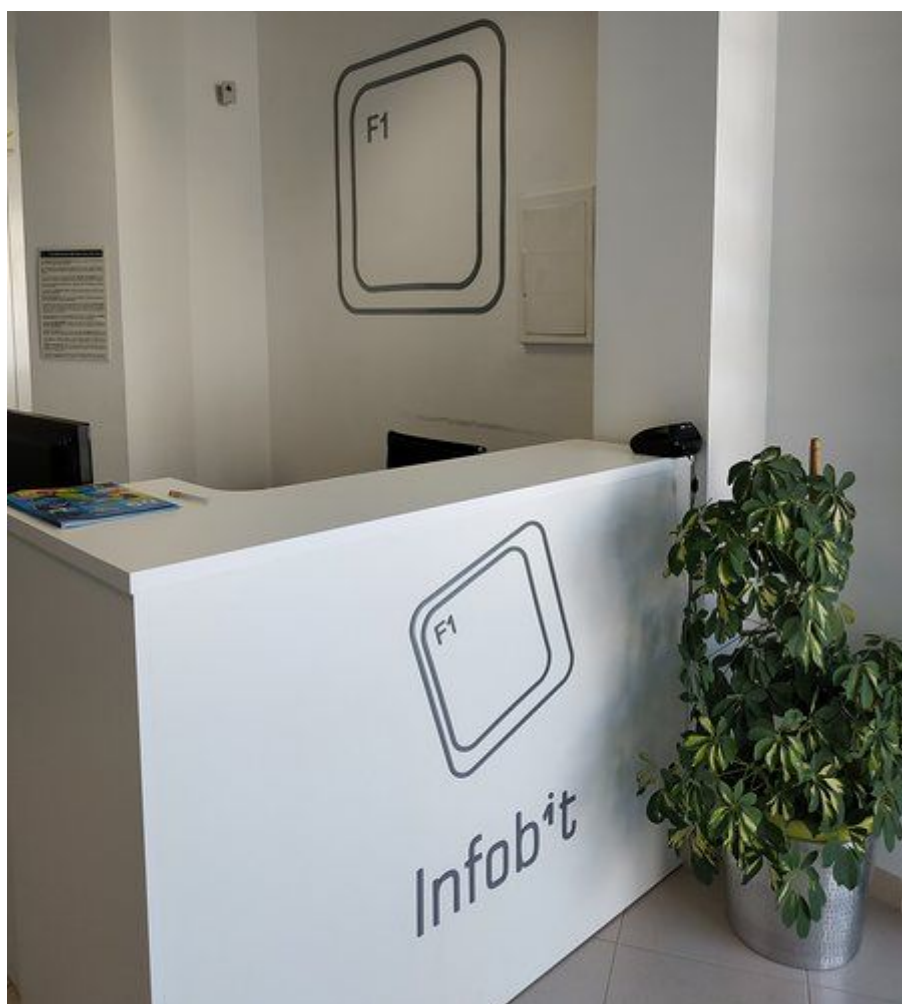
Exterior del comercio de *Infobit Informática SL*. Fuente: Propia.



Interior del comercio de *Infobit Informática SL*. Fuente: Propia.



Cristalera interior del comercio de *Infobit Informática SL*. Fuente: Propia.



Recepción del comercio de *Infobit Informática SL*. Fuente: Propia.



Puerta del despacho de administración del comercio de *Infobit Informática SL*. Fuente: Propia.



Puerta de acceso a la sala técnica del comercio de *Infobit Informática SL*. Fuente: Propia.



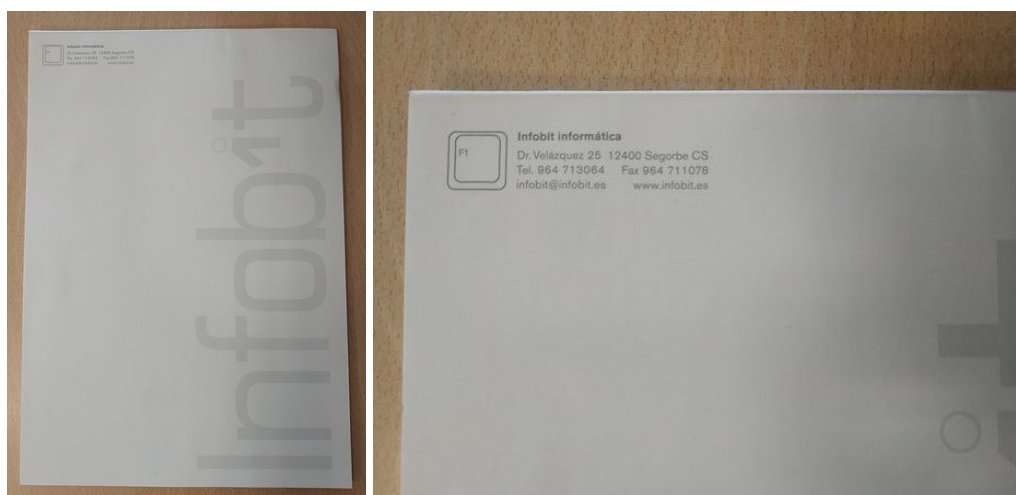
Reposa ordenadores con logotipo en negativo de *Infobit Informática SL*. Fuente: Propia.



Reposa ordenadores con logotipo en positivo de *Infobit Informática SL*. Fuente: Propia.



Bolsa promocional de *Infobit Informática SL*. Fuente: Propia.



Bloc de notas de *Infobit Informática SL*. Fuente: Propia.



Evolución carpetas con el logotipo de *Infobit Informática SL*. Fuente: Propia.

7.5. ANÁLISIS EXTERNO

El sector está viviendo un momento de cambio del modelo provocado por la coyuntura económica, continúa adaptándose y evolucionando a causa de las nuevas tecnologías. No para de reinventarse y buscar nuevas fórmulas para continuar en el mercado, por ello, las empresas que consigan una mejor adaptación tendrán un futuro mejor en los próximos años. Concretamente, el sector de la informática y las telecomunicaciones es el de mayor crecimiento de los últimos años y, por ende, el sector con mayores oportunidades laborales. Ambos sectores, junto al farmacéutico, también son considerados los mejores pagados en España, su salario bruto promedio es de 28.362€/año. Asimismo, el sector no deja de presentar nuevas profesiones y nuevas tecnologías que le hacen seguir avanzando en el mercado laboral. Tanto es así que los emprendedores ven en esta oportunidad un nicho para empezar a crecer y consolidar una nueva empresa, lo que hace que la competencia en el sector sea elevada y muy profesional. Por otro lado se encuentran los freelance, que están organizados y ofrecen los mismos servicios de manera online desde cualquier lugar. Este suceso amenaza la desaparición de las tiendas físicas por el aumento de la venta online. Según el periódico El Levante, “La Comunitat Valenciana pierde 1046 pequeños comercios por la venta ‘online’”.

7.6. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

“La informática, es un sector donde los cambios y la innovación son constantes, y ello determina la necesidad de que los profesionales dedicados a este sector estén en continuo reciclaje y sean capaces de realizar un autoaprendizaje.” (Empresa e Iniciativa Emprendedora)

La provincia de Castellón cuenta con más de 600 empresas informáticas distribuidas entre sus 37 localidades. Esta cifra hace referencia tan sólo a las que se pueden encontrar vía web, por lo que es probable que existan más que no estén publicitadas por internet.

Los tamaños de estas empresas son también variables y parece haber una gran guerra de precio entre los distintos servicios que se ofertan. La mayoría de ellas se dedican a la compraventa de productos.

9.6.1. SOMA INFORMÁTICA SL

El principal competidor de *Infobit Informática SL* se encuentra en la misma localidad y ofrece productos y servicios similares. Dicha empresa es *Soma Informática SL* un comercio al por menor de ordenadores, equipos periféricos y programas informáticos en establecimientos especializados. Se encuentra situada en la localidad de Segorbe (Castellón), con dirección en Avenida España, Nº 78 - BAJO. Su fecha de creación fue el 09/04/1988, por lo que tiene una antigüedad de 30 años.



Logotipo actual de *Soma Informática SL*. Fuente: Soma.

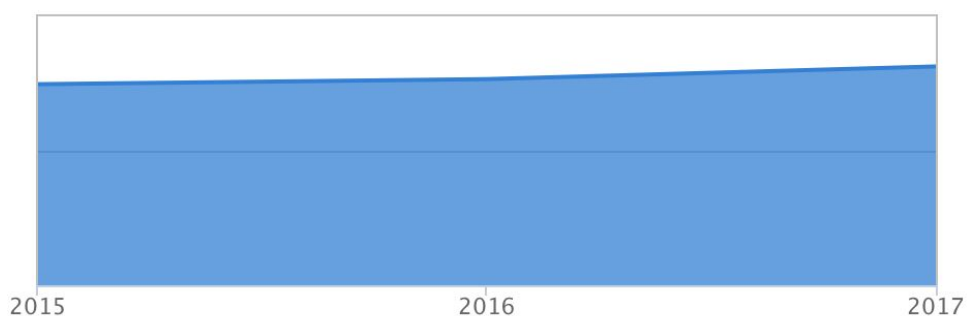
En lo que respecta a su estructura legal, su forma jurídica es de Sociedad Limitada y se encuentra en el censo cameral, censado en el I.A.E. desde el año 2017. Está compuesta por un capital social de un total de 38.464,77€. En cuanto a la estructura corporativa, mantiene un único administrador: Leonardo Martín Calvo. Sus actividades principales pueden dividirse en cuatro fundamentales:

- Venta de equipos y servicios informáticos.
- Reparación y mantenimiento de equipos informáticos.
- Diseño de páginas web.
- *Software* para empresas.

La empresa tiene un número total de 3 empleados. De entre los balances disponibles, el último se depositó en registro mercantil en 2017. Las ventas aportadas en dicho balance son de “Entre 0,6 y 1,5 millones €”.

Última Facturación registrada: Entre 0,6 y 1,5 millones €

Evolución de ventas

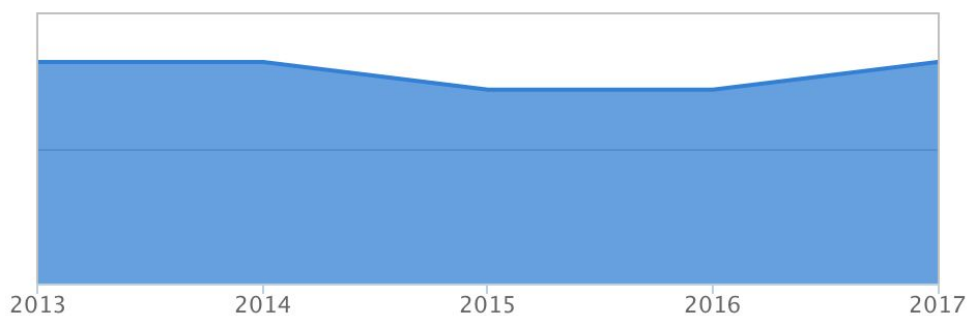


AÑO	VARIACIÓN
2015	
2016	2,52 %
2017	6,15 %

Última facturación registrada de *Soma Informática SL*. Fuente: elinforma.

Último número de empleados registrado: Entre 5 y 25

Evolución de Empleados



AÑO	FIJOS	EVENTUALES
2013	100,00 %	0 %
2014	100,00 %	0 %
2015	100,00 %	0 %
2016	71,42 %	28,57 %
2017	75,00 %	25,00 %

Última número de empleados registrado de *Soma Informática SL*. Fuente: elInforma.

Administradores, dirigentes y auditores de cuentas:

10 registrados para la empresa

CARGO	NOMBRE
Administrador Único	MARTIN CALVO, LEONARDO
Gerente	MARTIN CALVO, LEONARDO
Director Financiero	MARTIN CALVO, LEONARDO

Administradores, dirigentes y auditores de cuentas de *Soma Informática SL*. Fuente: elInforma.

Principales Accionistas



Principales accionistas de *Soma Informática SL*. Fuente: elInforma.

CARGO VIGENTE	APELLIDOS Y NOMBRE	INFORME EJECUTIVO
Gerente	MARTIN CALVO, LEONARDO	Acceder
Director Financiero	MARTIN CALVO, LEONARDO	Acceder
Director RRHH	MARTIN CALVO, LEONARDO	Acceder
Director Comercial	MARTIN CALVO, LEONARDO	Acceder
Director de Marketing	MARTIN CALVO, LEONARDO	Acceder
Director de Compras	MARTIN CALVO, LEONARDO	Acceder
Director de Calidad	MARTIN CALVO, LEONARDO	Acceder
Director de Informática	MARTIN CALVO, LEONARDO	Acceder
Director Técnico	MARTÍN CALVO, LEONARDO	Acceder

Cargos vigentes de *Soma Informática SL*. Fuente: elInforma.

La empresa cuenta tanto con página web (www.somainformatica.com) como con correo electrónico corporativo (soma@somainformatica.com). Respecto a la página web, cabe destacar que es más visual y está más completa que la de *Infobit Informática SL*. Además, es poseedora de dos de las principales redes sociales más actuales: *Facebook* (@somainformaticasl) y *Twitter* (@somaininternet), en las cuales publican con frecuencia aunque distribuyen el mismo contenido en ambas.

Todo lo que necesitas,
para tu mundo digital.



Imagen de la página de Facebook de Soma Informática SL. Fuente: Página de Facebook Soma.



**LECTOR INALAMBRICO
CODIGO DE BARRAS
MAXPOS MAX-5066RT**

**135,00 €
IVA
incluido**



Imagen de la cuenta de Twitter de Soma Informática SL. Fuente: Cuenta de Twitter Soma.



Imagen de la página de Facebook de Soma Informática SL. Fuente: Página de Facebook Soma.

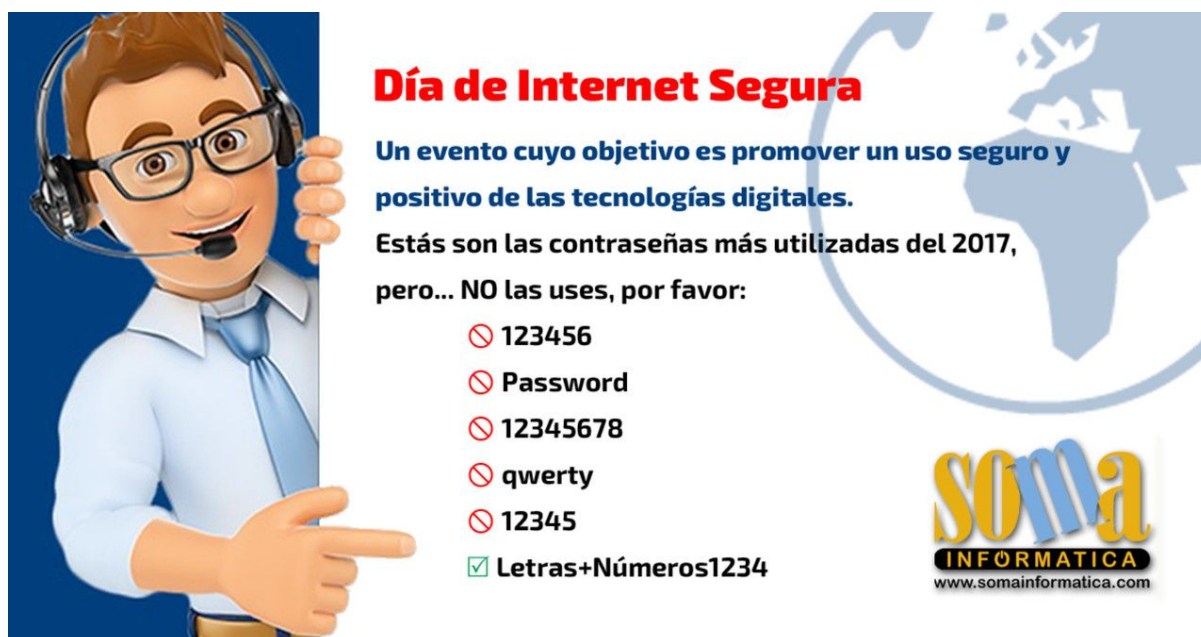


Imagen de la cuenta de Twitter de Soma Informática SL. Fuente: Cuenta de Twitter Soma.



Imagen de la página de Facebook de Soma Informática SL. Fuente: Página de Facebook Soma.



Imagen de la cuenta de Twitter de Soma Informática SL. Fuente: Cuenta de Twitter Soma.

Ofertas del mes Julio 2018

brother GARANTÍA **3** AÑOS



3ª. IMPRESORAS MULTIFUNCIÓN DE TINTA PROFESIONAL Y TINTA CONSUMO

HASTA
-20%

Máxima versatilidad: funciones hasta tamaño A3*, doble cara automática en todas las funciones y doble bandeja.

MFC-J5730DW

165,00€

MFC-J6930DW

260,00€

Impresora 4 en 1 (impresora, fax, copiadora y escáner) con múltiples opciones de conectividad: WiFi, WiFi Direct, conexión móvil y Cloud.



MFC-J5730DW

MFC-J480DW

85,73€

* MFC-J5730DW: Impresión hasta A3 y resto de funciones A4. Doble cara A4.
MFC-J6930DW: Todas las funciones y doble cara hasta tamaño A4

4ª. IMPRESORAS Y EQUIPOS MULTIFUNCIÓN LÁSER MONOCROMO

-15%

Pensadas para agilizar los trabajos diarios con una velocidad de impresión de hasta 40 ppm*. Impresión automática a doble cara y distinta capacidad de papel para adaptarse a diferentes necesidades: 251, 300 o 550 hojas*.

HL-L2350DW

84,58€

HL-L2375DW

120,00€

DCP-L2510D

100,00€

MFC-L5700DN

350,00€

MFC-L5700DNLT

430,00€



MFC-L5700DN

*Según modelo

* Unidades limitadas. Precios IVA no incluido. Válidos salvo error u omisión

Imagen de la página de Facebook de Soma Informática SL. Fuente: Página de Facebook Soma.

La página web que utiliza *Soma Informática SL* es mucho más completa que la de *Infobit Informática SL*, a pesar de que no tenga un aspecto tan corporativo, si está diseñada de forma práctica y útil con toda la información disponible.



“INICIO” Página web de *Soma Informática SL*. Fuente: Página web Soma.



“INICIO” Página de Facebook de *Soma Informática SL*. Fuente: Página de Facebook Soma.



“INICIO” Cuenta de *Twitter* de *Soma Informática SL*. Fuente: cuenta de *Twitter* Soma.

Soma Informática SL tenía un pequeño establecimiento en la ciudad de Castellón, situado en un piso de un edificio, donde se centraban únicamente en toda la parte de internet, pero dicho establecimiento cerró sus puertas. Actualmente, en la tienda física de Segorbe también venden *software* pero ya creado, al contrario que en *Infobit Informática SL* que se desarrolla por los programadores a través de *software* de código libre.

9.6.2. **DOMATIX TECHNOLOGIES SL**

La empresa *Domatix Technologies SL* pertenece a la competencia indirecta de *Infobit Informática SL*, se trata de una consultoría informática situada en Valencia cuya principal función es la implantación de soluciones empresariales y el desarrollo de software libre. Los valores que muestra en su página web son la experiencia “Contamos con más de 15 años de experiencia en la implantación de soluciones informáticas. Descubre la comodidad de trabajar con un equipo de profesionales especializados.”, la flexibilidad “Soluciones flexibles para empresas únicas. Nuestro equipo de expertos estudiará, analizará y desarrollará las soluciones que mejor se adapten a los procesos de su negocio.” y el compromiso “Acompañamos a nuestros clientes antes, durante y después del proceso de implantación. Nos gusta formar parte de las empresas con las que trabajamos, por eso, nos comprometemos a ofrecer un servicio de calidad.”.



Logotipo actual de *Domatix Technologies SL*. Fuente: Domatix.

Al tratarse de una empresa partner oficial de *Odoo*, se enfrenta en muchos aspectos con *Infobit Informática SL*. Destaca en lo que respecta al desarrollo y a su consultoría OpenERP. La empresa tiene como objeto social la construcción de máquinas de oficina y ordenadores y su instalación; reparación y mantenimiento de equipos informáticos y venta de equipos informáticos. Según indica *Empresite*, la actividad principal de dicha empresa es la consulta de aplicaciones informáticas y suministro de programas de informática.

A pesar de que no hay mucha información sobre la empresa por el medio digital, en lo que respecta a las características de su página web, cabe destacar que esta compuesta por un buen diseño y acompañada de todo tipo de información que


puedas necesitar, al contrario que en el caso de la página web de *Infobit Informática SL*.

domatix

Odoo / OpenERP Sectores Nosotros Contacto


Libertad total. Sin costes de licencias.

Somos una empresa especializada en la implantación de soluciones empresariales. Desarrollamos y adecuamos software libre a sus necesidades. Ponemos nuestra experiencia a su disposición.

**EXPERIENCIA**


Contamos con más de 15 años de experiencia en la implantación de soluciones informáticas. Descubre la comodidad de trabajar con un equipo de profesionales especializados.

[Algunos casos de éxito](#)

**FLEXIBILIDAD**

Soluciones flexibles para empresas únicas. Nuestro equipo de expertos estudiará, analizará y desarrollará las soluciones que mejor se adapten a los procesos de su negocio.

[Descubre cómo trabajamos](#)


**COMPROMISO**

Acompañamos a nuestros clientes antes, durante y después del proceso de implantación. Nos gusta formar parte de las empresas con las que trabajamos, por eso, nos comprometemos a ofrecer un servicio de calidad.


[Conócenos mejor](#)

NUESTRA OFERTA DE SERVICIOS


Odoo – Software de gestión



Sistemas



Integración web




[Ver el Portfolio Completo](#)

Sobre nosotros...

Domatix nace en 2001 con el fin de ofrecer soluciones a los problemas empresariales, mediante el desarrollo, adaptación e implementación de software de gestión.

Nuestra experiencia y profesionalidad nos han posicionado como líder en el mercado de software libre.



Conócenos

PARTNER OFICIAL ODOO/OPENERP

Como partner oficial de Odoo, contamos con su respaldo y reconocimiento como implantadores de calidad.

LÍDERES EN IMPLANTACIÓN

Somos líderes en implantaciones de Odoo/OpenERP desde su comienzo en España, en 2008.


EQUIPO DE EXPERTOS

Contamos con un equipo de expertos especializado en la implantación de un software empresarial.


EXPERIENCIA

Nuestra experiencia nos ha permitido abordar proyectos de gran envergadura, superiores a 3.000 horas de recursos humanos y más de 300 usuarios concurrentes.


Qué dicen sobre nosotros




"La respuesta obtenida gracias a Domatix ha sido excepcional, ya que la empresa ha crecido mucho en los últimos años y con la misma estructura se puede ahora manejar mucha más información que antes."



Domatix nos ha permitido mantener un plan de mejora continua, por lo que actualmente seguimos implantando las nuevas funcionalidades que nos ofrece.



«Gracias a Domatix podemos tomar decisiones no sólo en base a nuestra experiencia sino a datos contrastados y 100% fiables. Esto, traducido a términos económicos supone un ahorro anual muy considerable estableciendo por tanto una elevada tasa de retorno de la inversión»



Necesitábamos respuestas ágiles y precisas en la gestión diaria y con la implantación del ERP Industrial, con la instalación de Odoo realizada por Domatix lo hemos conseguido. Además es de destacar el alto grado de adaptación de este software a nuestros procesos industriales

SERVICIOS

- ERP
- Sistemas
- Web
- Business Intelligence
- Consultoría

SECTORES

- Transporte
- Logística
- SAT
- Hostelería
- Restauración
- Eventos
- Distribución

CASOS DE ÉXITO

- Casos de éxito

ODOO (OPENERP)

- Gestión Financiera
- Compras
- Casos de éxito
- Ventas
- Almacén
- Proyectos
- RRHH
- Inteligencia de Negocio
- Portal Web
- E-Commerce
- CRM

NOSOTROS

- Quiénes somos
- Cómo trabajamos
- Empleo
- Blog



CONTACTO

Delegación Valencia
C/ Espinosa, 8 - 46008 - Valencia
963 230 962
info@domatix.com

Ver en Google Maps

ENTRADAS RECIENTES

- Inicio a la programación de Odoo en la UPV
- OpenERP cambia su nombre a Odoo
- Gestión ágil de proyectos en OpenERP
- Fases de una implantación ERP (desde la perspectiva del cliente)
- Módulo de OpenERP para EDI - Edicom

 Seguir en Twitter
  Suscribirse a canal RSS

Página web actual de *Domatix Technologies SL*. Fuente: Domatix.

La página web refleja la esencia de la empresa y está completa incluso a nivel corporativo con secciones como “Sobre nosotros”, “Qué dicen sobre nosotros” o los valores expuestos en la primera parte de la misma página.

Se definen a sí mismos como una empresa creada en el año 2001 especializada en la implantación de soluciones empresariales. Entre las características que destacan, se encuentran las siguientes:

- Somos líderes en implantaciones de OpenERP desde su comienzo en España, en 2008.
- Somos partner oficial desde el año 2009.
- Tenemos experiencia demostrable en diversas áreas y sectores, como distribución, retail, fabricación o servicios.
- Nuestra metodología, basada en Scrum y Kanban, muy clara y definida, y nos permite planificación y entregas conforme a lo pactado en los proyectos.
- Nuestra experiencia nos ha permitido abordar proyectos de gran envergadura, superiores a 3.000 horas de recursos humanos.
- Nuestro equipo es personal altamente cualificado, consultores y desarrolladores, todos ellos licenciados/ingenieros informáticos y con años de experiencia en su campo.
- Somos colaboradores activos de la localización en España (Odoo Spain).
- Creamos iniciativas para difundir activamente Odoo / OpenERP en España.
- Hemos patrocinado y participado en todas las jornadas y eventos realizados hasta la fecha.
- En 2013 fuimos los orgullosos organizadores de las VI Jornadas nacionales de OpenERP en colaboración con la Universidad Politécnica de Valencia.

A parte de la página web, podemos encontrar una cuenta de *Twitter* de la empresa, cuyo nombre es @domatix_tech, donde no son activos en la actualidad. Su último *retweet* data de enero y el resto de actividad corresponde al año 2018.

www.  domatix.com



“INICIO” Cuenta de *Twitter* de *Domatix*. Fuente: cuenta de Twitter Domatix.

9.6.3. *INDAWS*

inDAWS es una empresa de desarrollo de software y consultoría de ERPs. Están especializados en la implantación de *Odoo*. Aseguran que personalizan y adaptan el ERP a las necesidades de cada empresa.

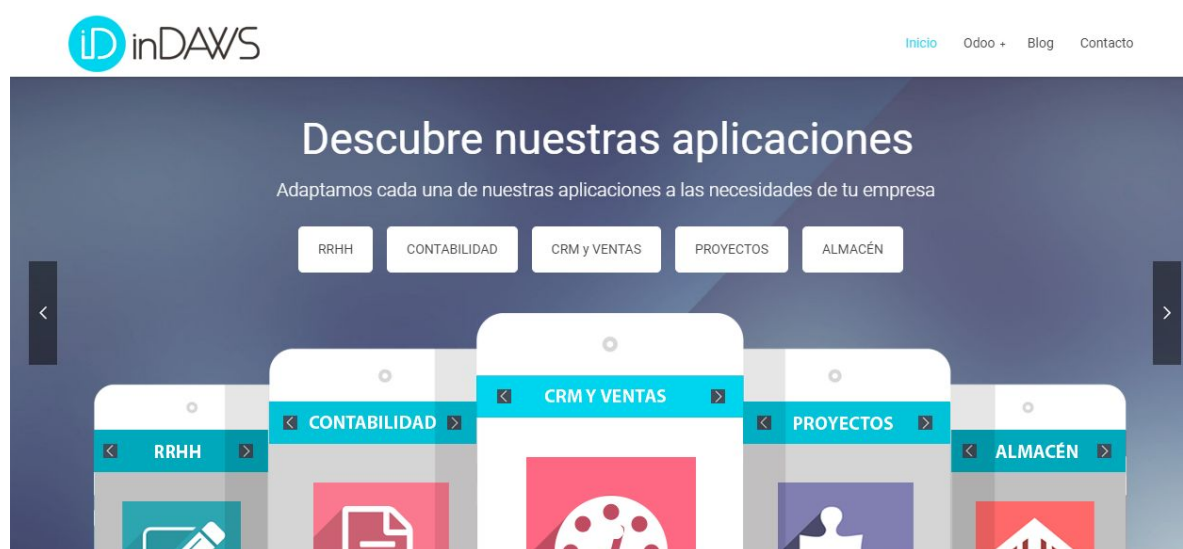
La empresa está formada por un equipo de desarrolladores y consultores que prometen ofrecer la mejor solución a cada empresa, teniendo en cuenta que cada empresa es diferente y necesita una solución que se adapte a sus procesos. Sus oficinas se encuentran en la ciudad de Valencia, pero afirman que también realizan proyectos de forma remota, puesto que la mayoría de proyectos se pueden llevar a cabo de de manera online.



Logotipo actual de *inDAWS*. Fuente: inDAWS.

Su principal función es la implantación de *Odoo*, se identifican a sí mismos como especialistas en la plataforma y acompañan desde el proceso inicial hasta el mantenimiento y soporte una vez puesto en marcha el proyecto.

La página web de la empresa es atractiva y directa, ofrece lo que tiene sin ejemplificar como se puede comprobar a continuación.



Nuestros servicios - Proyectos Odoo

Somos especialistas en Odoo y realizamos proyectos de implantación completos. Desde el análisis de procesos inicial hasta el mantenimiento y soporte una vez puesto en marcha el proyecto.



Análisis de procesos

Análisis de procesos de la empresa antes de implantar una solución



Instalación y configuración

Instalación y configuración de la última versión estable de Odoo



Desarrollo de módulos

Programación a medida para satisfacer los requerimientos de cada empresa



Formación

Formación online o presencial personalizada a cada cliente



Mantenimiento

Mantenimiento y soporte para cubrir cualquier posible incidencia



Mejoras

Análisis de uso del ERP y propuesta de mejoras para un mejor uso

Prestashop

Especialistas en tiendas online desarrolladas en Prestashop

Desarrollamos tiendas online en Prestashop: Instalación, configuración, desarrollo de módulos a medida, formación, mantenimiento y actualizaciones.

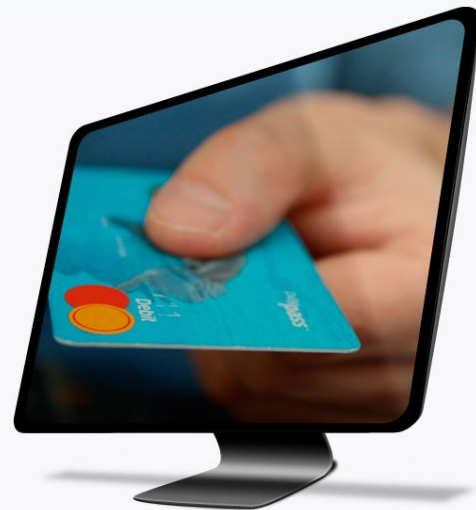
[Más información](#)

Tiendas online B2B

Diseño de tiendas online para empresas

Preparamos tu solución e-commerce para la venta entre empresas (B2B). Agiliza la recogida de pedidos y ofrece un mejor sistema a tus clientes.

[Más información](#)



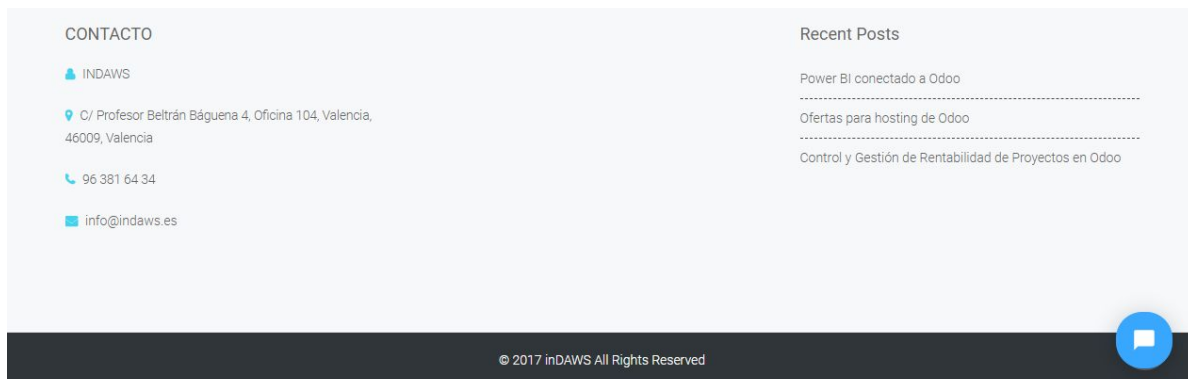
Sobre nosotros

Somos un equipo de desarrolladores y consultores que buscamos ofrecer la mejor solución a cada empresa, sabiendo que cada empresa es diferente y necesita una solución que se adapte a sus procesos.

Tenemos las oficinas en la ciudad de Valencia, pero también realizamos proyectos de forma remota. La mayoría de proyectos se pueden llevar a cabo de manera online, lo que supone también un ahorro de costes para la empresa y muchas veces aumenta la rapidez del proyecto: Reuniones por videoconferencia, conversaciones telefónicas, formación mediante Teamviewer o Skype, entrega de tutoriales, resolución de dudas por email...

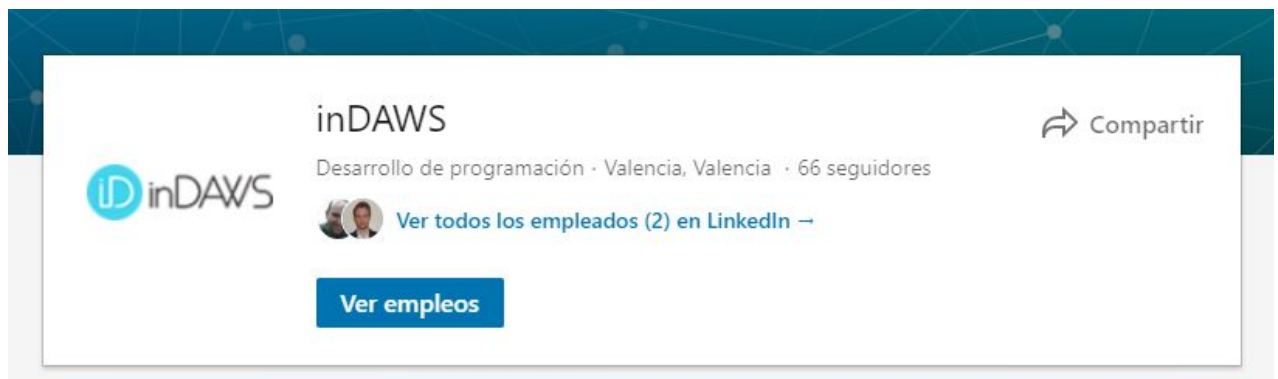
Para más información, no dude en contactar con nosotros.

[Contactar con inDAWS](#)



Página web actual de *inDAWS*. Fuente: inDAWS.

La entidad no tiene ningún tipo de red social, exceptuando una página en LinkedIn en la cual tienen 66 seguidores y 2 empleados afiliados a la misma.



Página en LinkedIn de *inDAWS*. Fuente: inDAWS.

7.7. MAPA DE PÚBLICOS

Para definir el mapa de públicos se procede a la división por públicos internos y públicos externos.

- Públicos internos:

Empleados: Los trabajadores de la empresa, que conforman una plantilla total de ocho personas, entre los cuales se encuentran los dos socios. La plantilla está compuesta por: el director del área administrativa y de recursos humanos (Vicente Selma Durbá), la recepcionista y contable (Verónica Escrig Santamaría), el jefe del departamento de asistencia técnica y conectividad (Héctor Segarra García), el técnico de asistencia a domicilio y mantenimiento de sistemas informáticos (Gustavo Cabos Domingo), el director del área informática (Jorge Echeazarra Zacarés), los dos programadores (Nazaret Tomás Aibar y Saúl Ventura Vallés) y la formadora de App's (Paloma Gómez Selma).

La relación interna entre los trabajadores es buena tanto a nivel profesional como personal, gracias a que se sustenta en un tipo de relación horizontal en la cual los jefes no están por encima de los empleados y las decisiones se toman en consenso entre todos. En el entorno laboral todos se ayudan entre sí y comparten el momento del almuerzo en dos turnos para que la tienda no se tenga que cerrar durante la media que éste dura, momento en el que se van al bar juntos. Tras las jornadas laborales también quedan para tomar cervezas de vez en cuando y esporádicamente hacen cenas a modo de celebración según los acontecimientos lo reclamen en la misma localidad donde está la tienda, por ser el lugar donde mayor número de trabajadores reside. Por lo tanto, se podría decir que está estructurado por un ambiente interno favorable.

Accionistas: Los socios capitalistas, este apartado se encuentra dentro de los públicos internos por tratarse de los socios fundadores de la propia empresa: Vicente Selma Durbá y Jorge Echeazarra Zacarés. Como se ha comentado en la

historia del proyecto, los socios capitalistas de la empresa se conocían de antes, tras haber compartido trabajo en el Departamento de Informática y Desarrollo de una empresa mayorista y franquiciadora de alimentación.

- Públicos externos:

Cientes locales: Los clientes que consumen a nivel local, aquellos que acuden a la tienda física a comprar productos o solicitar servicios.

Entidades públicas: Los Ayuntamientos de algunos de los municipios de la comarca y los colegios e institutos públicos que también se encuentran repartidos por la misma. La relación se atribuye a través de contratas, donde se sustenta a la entidad de los productos necesarios para que desarrolle su actividad con normalidad y también se instalan los programas informáticos junto a su debido seguimiento y formación.

PYMES de las provincias valencianas: Las pequeñas y medianas empresas de las diferentes provincias de la comunidad que adquieren productos o servicios vía online. La relación con estas empresas es más puntual, puesto que una vez instalado el *software* o vendidos los productos necesario, son capaces de mantenerse por sí mismas.

Grandes empresas de la comunidad: Las empresas y/o entidades de mayor volumen que consumen productos y servicios, así como la empresa *IRCO* (Industria Restauración Colectiva), que no sólo actúa en las diferentes provincias de la comunidad, sino también en Aragón, Cataluña y Andalucía. Esta empresa dota de una gran volumen de trabajo a *Infobit Informática SL*, teniendo dos trabajadores exclusivos para llevar los encargos de dicha empresa (Saúl Ventura Vallés como programador y analista y Paloma Gómez Selma como formadora de App's), tales encargos se centran en la creación y programación de las diferentes aplicaciones que necesita y la distribución y formación de dichos programas. Siendo así *Infobit*

Informática SL la empresa portadora de los materiales y las soluciones tecnológicas que se utilizan a lo largo de los diferentes territorios de acción de *IRCO*.

Proveedores: Las entidades que suministran a la empresa de productos, su mayor proveedor es *Infortisa*, un mayorista de informática y tecnología. Otros proveedores de importancia para la empresa son *Ingram Micro* y *Esprinet Ibérica*.

Prescriptores: Las personas que hablan bien del negocio y ayudan a las ventas, en este caso, los clientes satisfechos que comunican su experiencia con conocidos que pueden ser posibles clientes.

Medios de comunicación: El sistema técnico que sirve para informar a los miembros de una comunidad determinada, en este caso *TV Alto Palancia* y *Radio Escavia*, la televisión y radio de Segorbe donde se habla, entre otros temas, sobre los comercios y las acciones que llevan a cabo en determinados momentos.

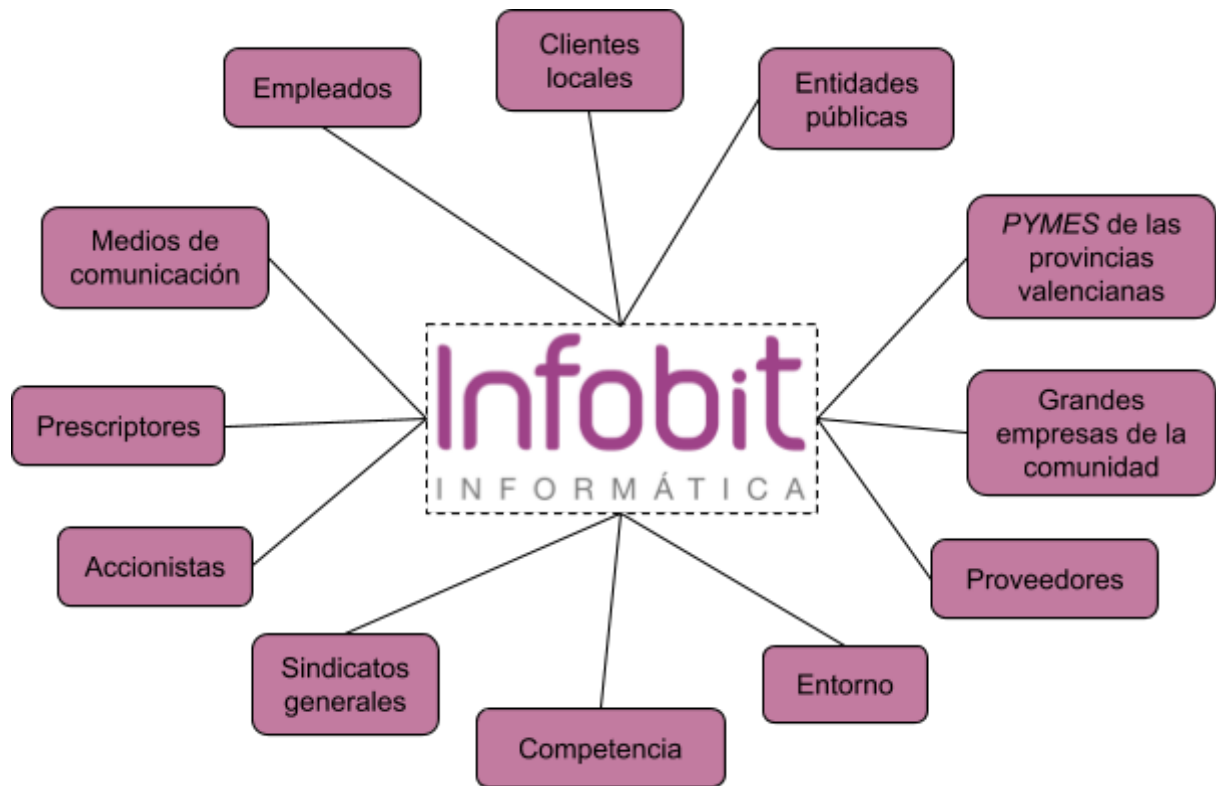
Sindicatos generales: Las asociaciones que respaldan a los trabajadores de cada área. Se sitúan entre los públicos externos porque la afiliación depende de la voluntad del trabajador, como es el caso de *SITIC* (Sindicato de Ingenieros e Ingenieros Técnicos en Informática).

Competencia: Las empresas del sector que ofrecen productos y servicios similares, siendo *Soma Informática SL* su mayor competidor.

Entorno: El contexto geográfico que rodea a la empresa físicamente, Segorbe y alrededores, como son los diferentes municipios de la comarca del Alto palancia. Así como las capitales más próximas: Valencia, Castellón y Teruel.

En general, el objetivo final es estar bien con los diferentes públicos para que te respalden en un momento determinado, es decir, intentar hacer algo por el pueblo. De este modo, es más fácil tener tanto a los clientes fidelizados como a los potenciales y a todo aquel que conozca la existencia de la empresa con una buena

imagen y reputación de la misma en su mente, y así que te hundan por una mala acción que pueda cometer.



Mapa de públicos de *Infobit Informática SL*. Fuente: Propia.

El marco de acción está primordialmente dirigido a la Comunidad Valenciana, pero de haber clientes de ámbito nacional y, en caso de que resulte rentable, se pueden contratar servicios de desplazamiento para poder cumplir con ciertos negocios.

7.8. ANÁLISIS DAFO

Para la realización del análisis DAFO se ha efectuado un estudio interno de la estructura de la empresa, en el que se destacan las oportunidades y las amenazas existentes, y otro análisis de la estructura externa presentando las debilidades y las fortalezas de la empresa.

- Análisis de la estructura interna:

Fortalezas:

1. La posesión de tecnología avanzada, referente a los últimos desarrollos tecnológicos y sus aplicaciones posibles al ámbito de la informática.
2. La fijación de estándares de compatibilidad en programas informáticos para todo tipo de ordenadores.
3. La instalación eficaz, fijando los equipos necesarios en el establecimiento o tipo de lugar al que esté destinado para que realice la función correspondiente.
4. La formación personalizada, trasladando los conocimientos básicos del equipo o sistema al usuario final para que sea capaz de solucionar los problemas básicos que se puedan ocasionar y sepa utilizar de forma práctica y dinámica todos los aportes del mismo.
5. El dominio del sector, tras todos sus años de experiencia en el ámbito de la informática.
6. La ubicación en una localidad alejada de las capitales, como es el caso de Segorbe, que permite aumentar la venta de ordenadores y el servicio técnico en la misma ciudad y el resto de pueblos de la comarca por la baja competencia en el sector a su alrededor, puesto que en toda la comarca del Alto Palancia el único competidor existente es *Soma Informática SL*.

Debilidades:

1. La necesidad de ofrecer servicios innovadores, puesto que se trata de un sector que está constantemente renovándose y actualizándose, de este modo no sólo hay que estar pendiente de las nuevas actualizaciones en programas o aplicaciones, sino también hay que ser capaces de llevarlas de la manera más cómoda y atractiva hacia el usuario final.
2. Escasa comunicación de cara al conocimiento de la variedad de servicios ofertados, porque si tenemos buenos servicios que ofrecer pero no los damos a conocer, difícilmente el usuario sabrá la existencia de los mismos.
3. Necesidad de captar más entidades reconocidas públicamente, donde se obtenga un volumen de trabajo mayor centrado en una sola empresa y así se consiga el reconocimiento público por ser capaces de abarcar esa tarea, como es el caso de *IRCO*, la empresa de gran tamaño para la que realizan todas las instalaciones y programas informáticos.
4. Ausencia de comunicación externa, publicidad y acciones de promoción para conseguir nuevos clientes. Incoherencia en la identidad visual corporativa que puede llevar a la confusión a los clientes potenciales. No gestionan la comunicación de ninguna forma ni a ningún nivel.

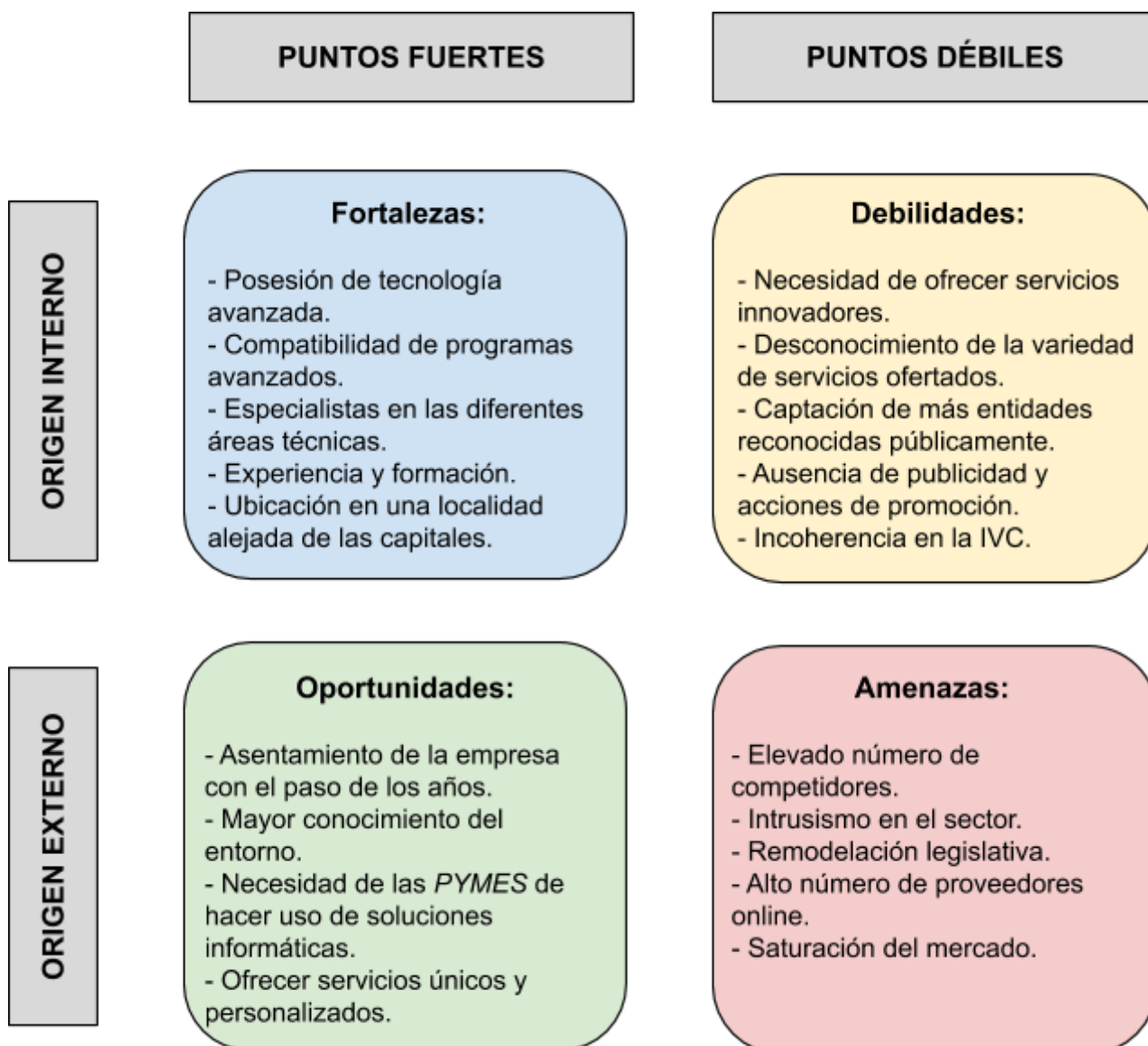
- Análisis de la estructura externa:

Oportunidades:

1. Al tratarse de una empresa asentada en el ámbito de la informática, a la cual avalan 21 años de experiencia, se tiene un conocimiento mayor del mercado, se han dado a conocer y poseen una cartera de clientes afianzados.
2. La necesidad de las *PYMES* de hacer uso de soluciones informáticas, tanto para su uso práctico como para darse a conocer, es esencial en la actualidad.
3. La oferta de servicios únicos y personalizados para cada usuario, porque no todos los clientes son iguales ni tienen las mismas necesidades.

Amenazas:

1. El elevado número de competidores para los servicios de programación y puesta en marcha de sistemas, tanto a nivel de provincia como de comunidad.
2. A pesar de que se abre las puertas a los comercios locales de la comarca y a la venta al pormenor por su proximidad, queda lejos de los núcleos de provincia donde hay mayor movimiento de grandes empresas que necesitan servicios especializados.
3. El intrusismo en el sector, por la existencia de personas sin formación homologada que hacen trabajos similares por cuenta propia, abarcando trabajos realmente destinados a empresas de informática.
4. La remodelación legislativa, en constante cambio, que endurece las formas jurídicas del tratamiento de datos o la gestión de aplicaciones, dificultando la actividad de administración de contenido de las empresas.
5. El alto número de proveedores online y las facilidades que ofrecen para realizar pedidos y devoluciones dificulta la venta de productos en tiendas físicas especializadas en informática.
6. La saturación del mercado, debida al aumento de empresas y/o freelance que realizan este tipo de trabajos en la actualidad.



Análisis DAFO de *Infobit Informática SL*. Fuente: Propia.

8. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Según Alejandro Córdoba, “Para elaborar un diagnóstico acertado de la situación heredada hay que poner mucho cuidado en no confundir lo que más ruido hace con lo que es realmente más importante.” (2000: 111)

Tras la investigación, análisis y consecuente evaluación del proyecto empresarial de *Infobit Informática SL*, se procede a realizar las conclusiones finales del diagnóstico diferenciadas por los problemas de comunicación que deberá afrontar la empresa.

“La comunicación pretende, desde un punto de vista genérico, informar, recordar y persuadir a sus clientes reales o potenciales sobre los productos y servicios que una empresa u organización ofrece, así como crear y potenciar una buena imagen de ésta.” (Villafañe, 2003: 175).

Ante la situación del mercado, y teniendo en cuenta la condición actual de la propia empresa, se puede observar como *Infobit Informática SL* ha crecido a nivel interno tanto por la formación de sus empleados como por las características de sus servicios, pero ha descuidado su imagen hacia el exterior por completo. De este modo, si se tiene un producto o servicio muy bueno pero no se promociona de la manera adecuada, de poco servirá que se mejoren continuamente las prestaciones internas, porque serán los clientes fidelizados quienes lo vean pero no el público en general, entre el cual se encuentran clientes potenciales a los que les pueda interesar.

9. PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN

En primer lugar se van a extraer los principales problemas de comunicación existentes de Infobit Informática SL, para así plantear su correspondiente estrategia, enumerar los objetivos pertinentes y las diferentes acciones que se van a emplear para poder subsanar cada problema de comunicación. Para que la explicación y su debido desarrollo sea lo más visual y entendible posible, se procede a enumerar y explicar cada apartado por separado.

9.1. IVC DISPERSA DE LA EMPRESA

El principal problema de comunicación se centra sobre la incoherencia en la identidad visual corporativa, por el uso de diferentes logotipos para el medio online respecto al espacio físico y el merchandising. En el medio online emplean un logotipo nuevo con un color corporativo dominante diferente del utilizado anteriormente, por el contrario, para el rótulo del comercio, las bolsas de plástico y el merchandising continúan utilizando un logotipo anterior y desfasado con un color corporativo dominante totalmente diferente al diseñado en la actualidad. Ante esta problemática que se muestra con la identidad visual corporativa, claramente se deben aunar esfuerzos de comunicación para conseguir que toda la comunicación que emita la empresa sea coherente y siga una línea argumentativa, es decir, que no se diferencie sólo por mostrarse en diferentes medios, para funcionar debe ser única y mostrarse igual en cualquier plataforma en la que aparezca.

9.2. NO EXISTE UN POSICIONAMIENTO DEFINIDO

Para verificar este problema de comunicación, se ha recurrido a la realización de encuestas tanto a los públicos internos como a los externo de la empresa. Los resultados corresponden al siguiente estudio:

Las cuestiones planteadas en la primera parte de la encuesta son referentes a la oferta de productos y servicio de buena calidad (2.1), a la innovación de la empresa frente a sus competidores (2.2), a la transmisión de confianza (2.3), a la sinceridad cuando aporta información (2.4), a la mejora continua en lo que hace y en cómo lo hace (2.5), al respeto del marco legal establecido (2.6), a la atención que presta respecto a las necesidades y expectativas de sus clientes (2.7), a si parece estable económicamente (2.8), a el cumplimiento de compromisos que establece con sus clientes, trabajadores, proveedores, etc. (2.9), a si tiene características únicas y diferenciales (2.10), a su preocupación por otros aspectos y no sólo de generar beneficios (2.11) y a la probabilidad sobre que el sujeto recomiende la empresa (3.1).

COMPARATIVA

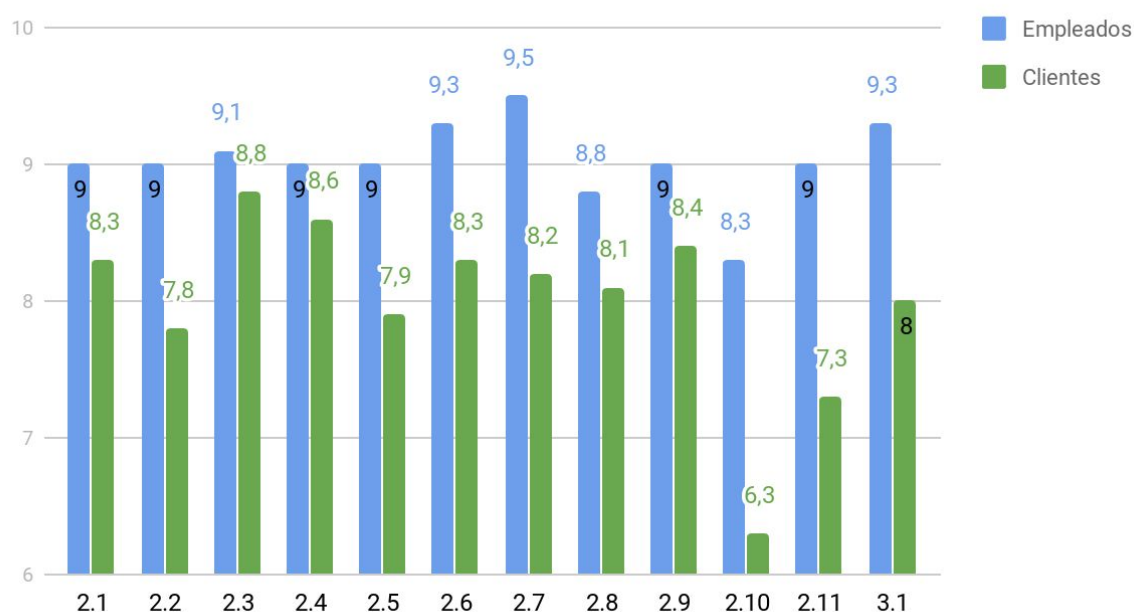


Gráfico en columnas comparativa *Modelo B* de *Infobit Informática SL*. Fuente: Propia.

En la siguiente gráfica se puede comprobar la diferencia de opiniones que existen entre el público interno y el externo de la empresa, reafirmando así la buena comunicación interna existente y la insuficiente comunicación externa de la entidad.

Para poder analizar en detalle los diferentes públicos, se procede a realizar una separación exhaustiva de los mismos respecto a las diferentes cuestiones planteadas en la encuesta correspondiente, encuesta *Modelo B*.

En lo correspondiente al público interno de la empresa, concretamente a los empleados de la misma, se han obtenido los resultados que se muestran a continuación.

PÚBLICO INTERNO

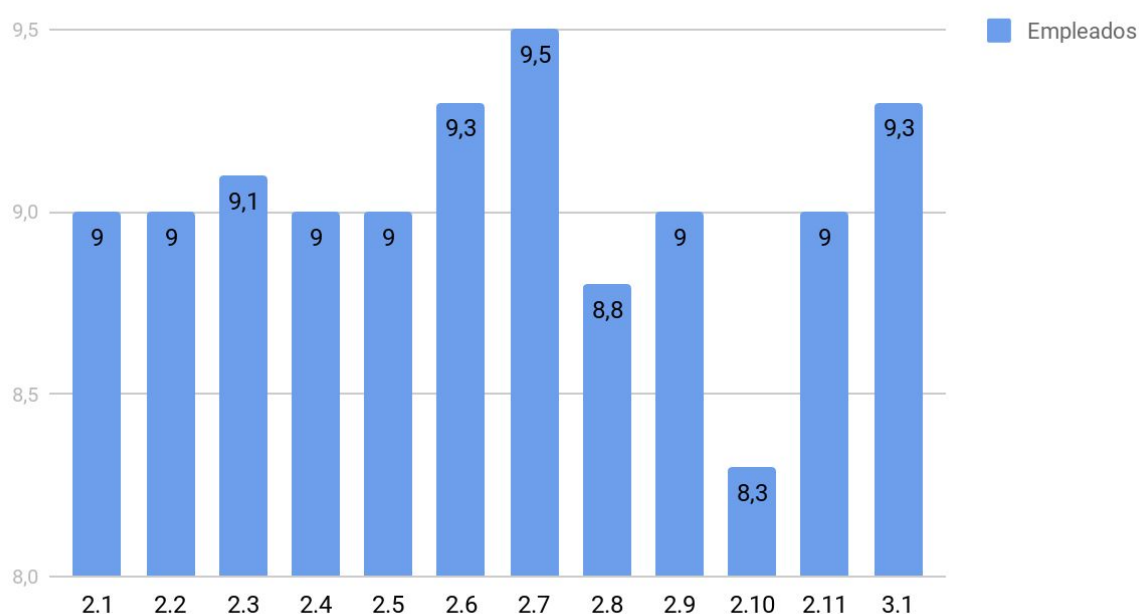


Gráfico en columnas público interno *Modelo B* de *Infobit Informática SL*. Fuente: Propia.

Se ha modificado la configuración del eje vertical de la tabla estableciendo como punto de origen el número ocho, con el fin de remarcar la representatividad de los datos y facilitar la comprensión.

Estos resultados son favorables para la empresa, puesto que suponen una buena imagen corporativa para la misma desde su público interno.

POSICIONAMIENTO

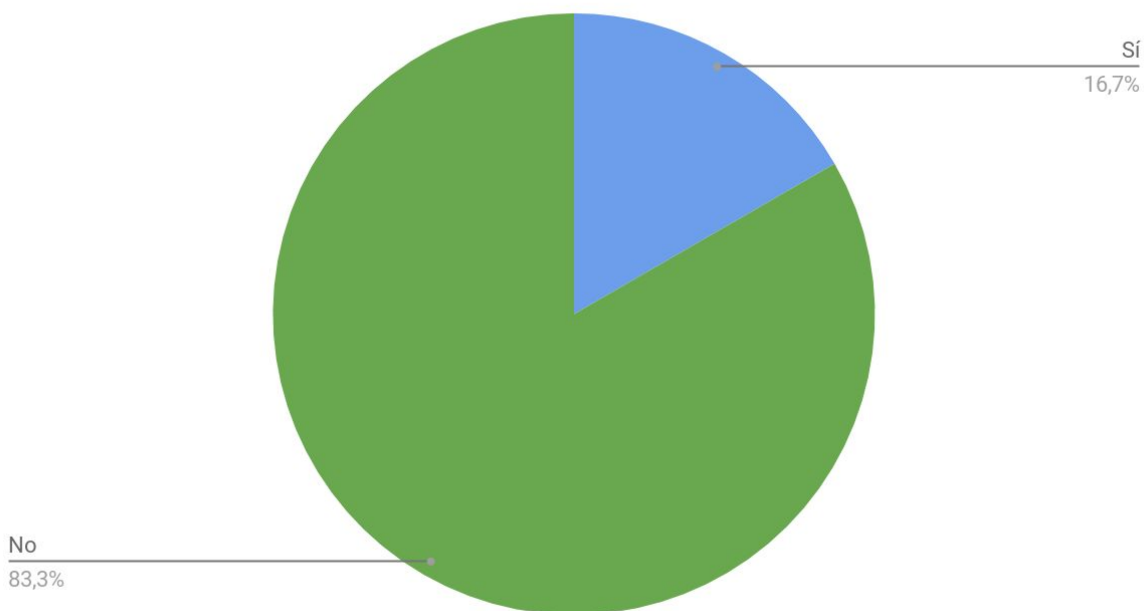


Gráfico circular posicionamiento nivel interno *Modelo B de Infobit Informática SL*. Fuente: Propia.

Empleado 1	Empleado 2	Empleado 3	Empleado 4	Empleado 5	Empleado 6
<ul style="list-style-type: none"> - Seriedad - Calidad - Profesionalidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Innovación - Desarrollo 	<ul style="list-style-type: none"> - Entregados - Responsables - Entusiastas - Productivos - Pacientes 	<ul style="list-style-type: none"> - Buen ambiente 	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad - Confianza - Sincera - Únicos 	<ul style="list-style-type: none"> - Compromiso - Transparencia - Rapidez - Eficacia - Dinamismo - Integridad

Tabla atributos público interno *Modelo B de Infobit Informática SL*. Fuente: Propia.

No existe consistencia intragrupo, puesto que no coincide ninguno de los atributos expuestos por los empleados de la empresa. El hecho de que coincida un único atributo es poco significativo para el estudio en cuestión. Esto se traduce en que la percepción que tienen es diferente entre los mismos y que, por lo tanto, el posicionamiento a nivel interno no está definido.

COMPETENCIA

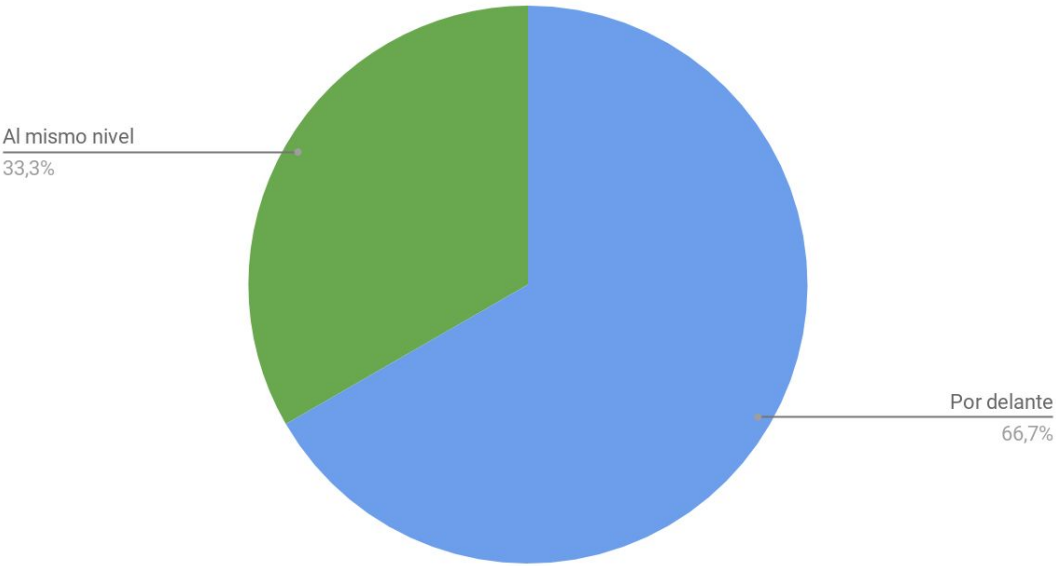


Gráfico circular competencia nivel interno *Modelo B* de *Infobit Informática SL*. Fuente: Propia.

A nivel de competencia, si se sitúan en un lugar favorable para la propia entidad.

En lo que respecta al público externo de la empresa, específicamente a los clientes actuales y pasados de la misma, se han obtenido los resultados que se muestran a continuación.

PÚBLICO EXTERNO

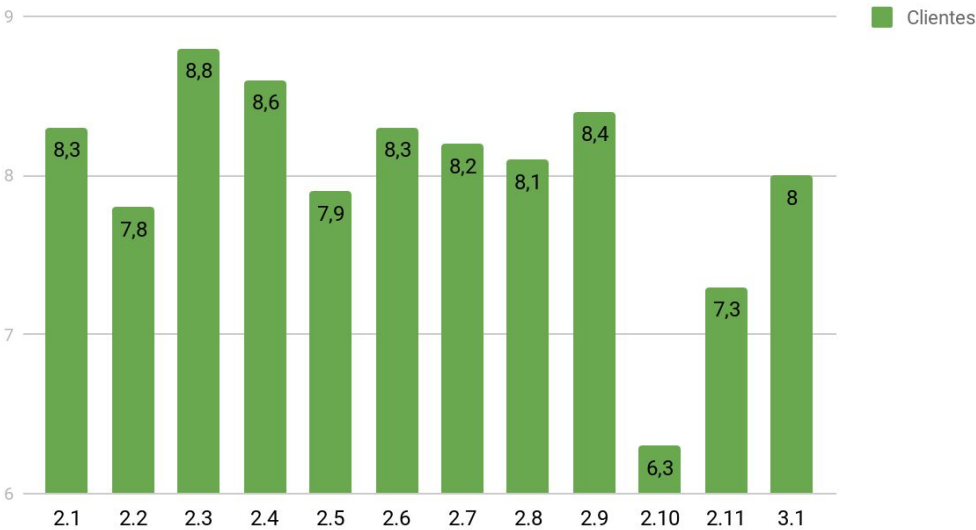


Gráfico en columnas público externo *Modelo B* de *Infobit Informática SL*. Fuente: Propia.

Se ha modificado la configuración del eje vertical de la tabla estableciendo como punto de origen el número seis, con el fin de remarcar la representatividad de los datos y facilitar la comprensión.

Estos resultados son desfavorables para la empresa, puesto que suponen una imagen corporativa difusa para la misma desde su público externo.

POSICIONAMIENTO

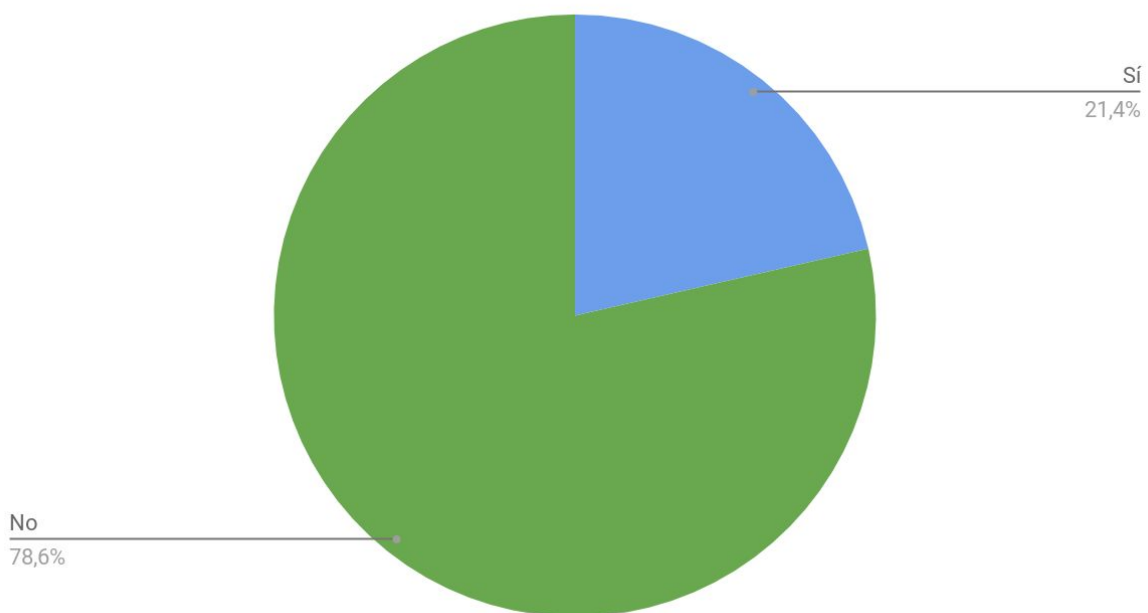


Gráfico circular posicionamiento nivel externo *Modelo B* de *Infobit Informática SL*. Fuente: Propia.

Cliente 1	Cliente 2	Cliente 3	Cliente 4	Cliente 5
- Profesionales - Serios	- Confianza - Buen trato - Solución de problemas	- Fiabilidad - Rapidez - Confianza	- Amigables	Ø

Cliente 6	Cliente 7	Cliente 8	Cliente 9	Cliente 10
- Buenos en el sector	- Profesional - Seriedad - Compromiso	- Guay	- Solucionar problemas - Confianza - Trato personalizado	- Profesional - Serio - Servicial

Cliente 11	Cliente 12	Cliente 13	Cliente 14
- Confianza - Familiar - Seguro	- Rapidez - Eficaz	- Profesionales	- Respetuosos - Amables

Tabla atributos público externo *Modelo B de Infobit Informática SL*. Fuente: Propia.

En el caso del público externo, al igual que en el del público interno, tampoco existe consistencia intragrupo, puesto que a pesar de la coincidencia de alguno de los atributos expuestos por los clientes, el hecho de que coincidan un par de atributos es poco significativo para el estudio en cuestión. Esto se traduce en que la percepción que tienen es diferente entre los mismos y que, por lo tanto, el posicionamiento a nivel externo tampoco está definido.

COMPETENCIA

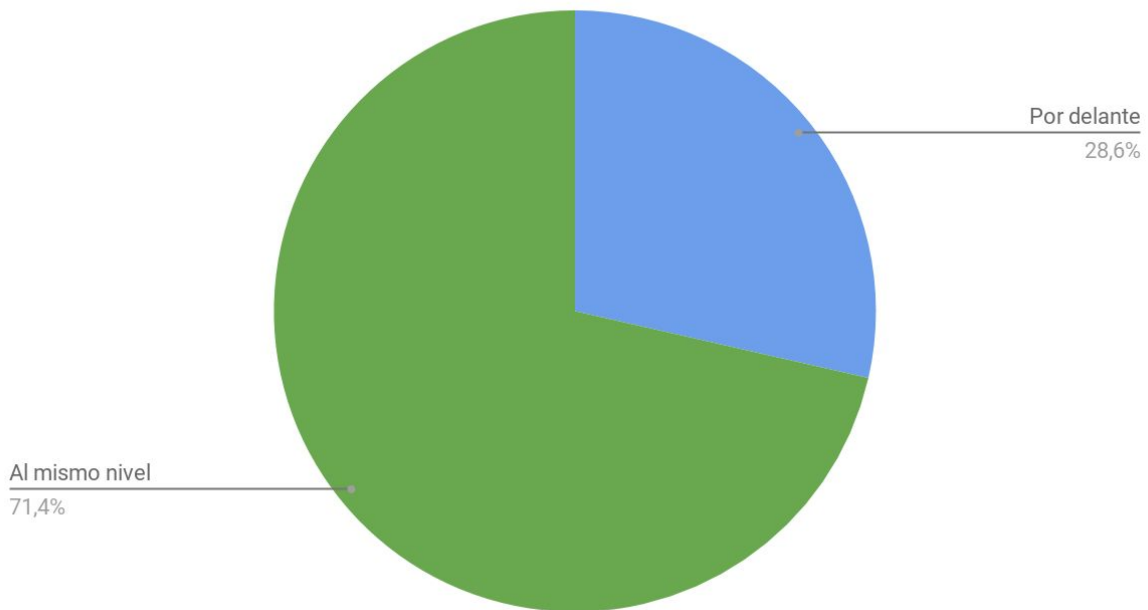


Gráfico circular competencia nivel externo *Modelo B de Infobit Informática SL*. Fuente: Propia.

A nivel de competencia, si la sitúan en un lugar favorable para la propia entidad.

Sin embargo, en cuanto a la realización de una encuesta diseñada específicamente para los socios de la empresa, los resultados son los que se muestran a continuación:

Las cuestiones planteadas en la primera parte de la encuesta son referentes a la calidad y eficiencia del trato con los usuarios (1.1), a la responsabilidad social y su preocupación por la comunidad (1.2), al liderazgo en innovación (1.3), a la buena gestión corporativa (1.4), a la responsabilidad social con el medio ambiente (1.4), al establecimiento de canales de comunicación que garanticen transparencia y ética profesional (1.5) y a la gestión corporativa general de la empresa (2.1).

SOCIOS

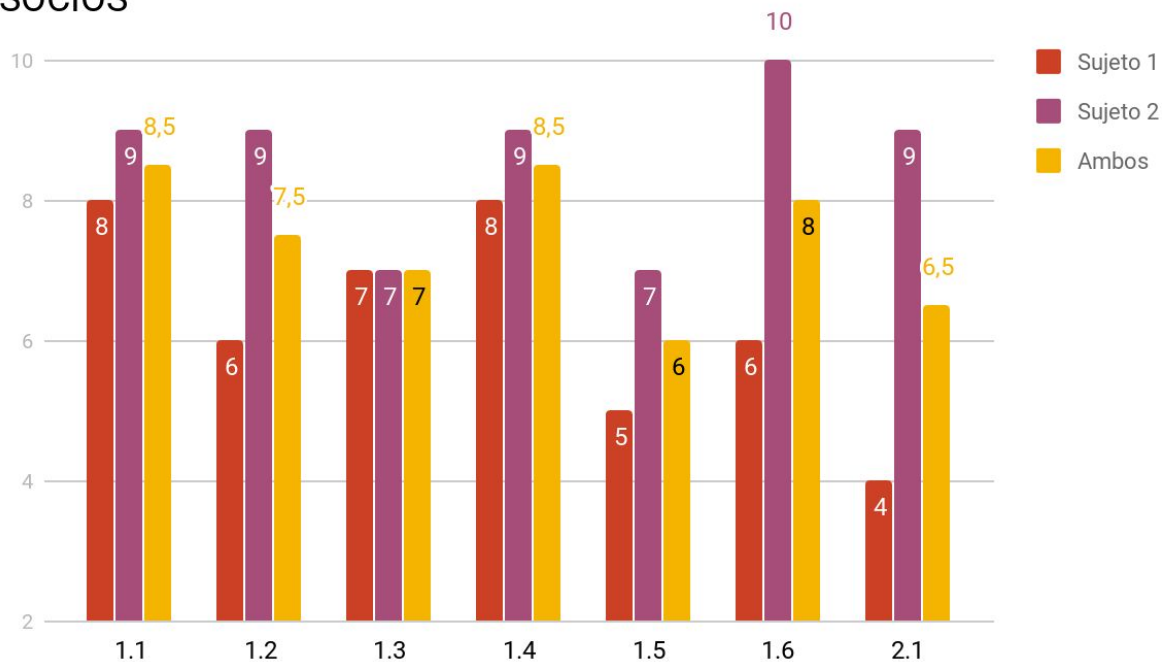


Gráfico en columnas comparativa *Modelo A* de *Infobit Informática SL*. Fuente: Propia.

Respecto a la cuestión sobre la existencia de aspectos a mejorar, ambos han respondido que si argumentando lo siguiente:

1. Impulsar la implantación de normas de calidad.
2. A formación de reciclaje y actuación de los RRHH.

En relación a cómo se posiciona la empresa frente a sus competidores:

1. Por delante
2. Por delante (competidores cercanos) y al mismo nivel (competidores lejanos).

Frente a la cuestión referente al posicionamiento de la marca:

1. Reduciendo la tipología de clientes a dos grandes grupos: clientes “domésticos” y empresas, entiendo que tendremos distintos posicionamientos. En el primer caso, imagino que nuestra marca ocupa el mismo lugar que cualquier otro tipo de comercio. En el segundo caso, al ser un cliente más fiel, por la dependencia que se genera, quiero creer que, ocupamos un lugar más relevante.
2. Liderazgo en soluciones profesionales y abandono de informática doméstica.

Por lo tanto, la imagen de *Infobit Informática SL* se encuentra difusa porque no posee un posicionamiento claro. Esto se debe a dos factores influyentes; uno es la gran cantidad de información con que el consumidor es bombardeado en el sector de la informática y las nuevas tecnologías; y el otro es la poca comunicación que mantiene *Infobit Informática SL* con sus públicos, incluyendo el problema de la Identidad Visual Corporativa dispersa como factor determinante.

Por ello, no consiguen comunicar como deberían con su público, concretamente, con el cliente potencial. Este problema puede enfocarse, en parte, a través de herramientas tales como las redes sociales o la propia página web de la empresa.

En lo que respecta a la ausencia de redes sociales por parte de la empresa, a pesar de tratarse de un negocio plenamente introducido en el mundo de las nuevas tecnologías, se trata de un medio de comunicación muy potente para cualquier empresa, porque puede darla a conocer o puede dar a conocer ciertos servicios que el propio público desconocía.

La página web del negocio, además de poseer un diseño innovador, se encuentra incompleta en cuanto a información y no está bien posicionada en el buscador. Debido a las características del sector, donde podemos encontrar páginas web mucho mejor posicionadas en los buscadores, se dificulta la tarea de accesibilidad y

de conocimiento de la empresa. Al no explicarse de forma adecuada los servicios y productos, se complica la tarea de contratación o venta por falta de información. En ocasiones, la misma web se queda colgada y no termina de cargar incluso cuando otras páginas desde el mismo navegador si se cargan, al tratarse de una empresa de informática no debería ocurrir esto.

Esta serie de hechos, desencadenan en un estancamiento con los clientes, es decir, que no entran nuevos clientes y se subsiste con los actuales. Este problema es debido a la confusión por falta de coherencia en su identidad visual corporativa y a la falta de promoción tanto del negocio como de sus productos y servicios. Todo ello conlleva a que sea la competencia quien se quede con los clientes potenciales de la empresa.

9.3. POCA VISIBILIDAD DE SU SERVICIO ESTRELLA

Ante la poca visibilidad del servicio estrella de *Infobit Informática SL*, cabe destacar que es un servicio que no se puede ir vendiendo como tal, en el sentido de que al tratarse de desarrollo de *software* a medida, este tipo de programas son específicos y necesarios para las empresas, por lo que son las mismas quienes buscan dicho servicio por necesidad. Al no tratarse de un servicio que pueda promocionarse y venderse, debe posicionarse mejor que el resto de servicios que prometen los mismos resultados.

Concretamente, *Odoo* es un *software* de gestión empresarial integrado de código abierto con el que las empresas pueden gestionar su ámbito de actuación. Este servicio es necesario para las empresas puesto que se trata de la herramienta fundamental para poder dirigir y expandir cualquier negocio. Este *software* ofrece un conjunto de aplicaciones para empresas fáciles de utilizar que forman una caja de herramientas imprescindible para toda compañía.

9.4. COMPETENCIA MUY ACTIVA

Al no comunicar con sus públicos y no tener coherencia en la identidad visual corporativa, los clientes potenciales van a buscar otras vías para contratar servicios o comprar productos. El principal competidor de la empresa es *Soma Informática SL*, el cual es altamente activo en promociones e información a través de la red. En general, cualquier empresa del sector de la informática es muy activa a través del medio online, ya sea un competidor más directo o simplemente sea una empresa que se dedica a dar servicios de la misma índole.

Conseguir un posicionamiento claro de la empresa desemboca en un paso importante, como lo es dar a conocer la empresa entre los clientes potenciales de la Comunidad Valenciana. Una vez se consiga el posicionamiento que la empresa merece y combatir la imagen difusa, el negocio será capaz de emprender las acciones para atacar a su competencia.

10. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

A lo largo de este apartado se procede a analizar los principales problemas planteados al desarrollar un plan estratégico de promoción, así como los instrumentos utilizados para tal propósito y para el público objetivo determinado de la empresa. Según Fernando Martín “sin existir un Plan estratégico de comunicación para que la organización sea conocida en el interior y exterior, difícilmente pueden llegar a prestigiarse sus acciones, y por consiguiente, mantenerse o aumentar sus rentas, que en el fondo son la subsistencia de la organización.” (2010: 166)

La ventaja competitiva que tiene *Infobit Informática SL* frente a su principal competidor es que está especializada en servicios, concretamente en creación de *software* libre y programación, también venden productos físicos en su establecimiento y realizan instalaciones, pero no es su objetivo principal. Por el contrario, *Soma Informática SL*, puede vender algún servicio de *software* pero no realiza programaciones y está especialmente orientada a la venta de productos y equipos tecnológicos. Con lo cual, podemos llegar a la conclusión de que *Soma Informática SL* es la tienda de barrio que vende cartuchos y, por contra, *Infobit Informática SL* es la tienda que soluciona problemas informáticos a las empresas.

El público objetivo al que van dirigidas las acciones de comunicación enfocadas a la unificación de la identidad visual corporativa y el establecimiento del posicionamiento es todo el público en general pero, sobre todo, la pequeña y mediana empresa de las provincias de Castellón y Valencia que pretende dar un impulso tanto hacia el mundo de las tecnologías y las aplicaciones informáticas como ampliar y mejorar su material de oficina.

Las acciones que atañen a la promoción del servicio diferenciador, están destinadas a todo tipo de negocios, sin importar el tamaño de la empresa.

En menor medida, las acciones que están dirigidas a conseguir el objetivo de combatir la actividad promocional del competidor y darse a conocer en el área de la comunidad valenciana, están enfocadas a las empresas de mayor volumen.

Por último, las acciones referidas a las redes sociales y la comunicación más digital van dirigidas principalmente a freelance o clientes locales que quieran ampliar o mejorar sus equipos informáticos.

“Lo que el público piensa u opina de una organización, es siempre producto de la información voluntaria o involuntaria, que esta institución emite al exterior. Por lo tanto es necesario comunicar lo que se hace en una organización y no callarlo, pero informarlo de una manera lógica, clara e institucional, es decir, por medio de un concreto Plan/Estrategia de Comunicación.” (Martín, 1995: 39)

11. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

“De nada sirve un buen estudio de mercado si no establecemos unos objetivos adecuados y no se desarrollan unas acciones para conseguirlos o no se hace una buena comunicación de carácter interno y externo, o no se realiza un buen seguimiento de todo lo establecido. La comunicación debe plantearse, como un todo de la cultura general de la empresa o institución, para dar una buena imagen global de la misma” (Martín, 1995: 38).

Los objetivos de comunicación se plantean porque existen problemas, es por ello que los problemas de comunicación van antes y tienen que estar enlazados, al igual que con el resto de acciones correspondientes. De este modo, los objetivos de comunicación se dividen principalmente en los siguientes puntos:

11.1. DAR COHERENCIA A LA IDENTIDAD VISUAL

Como se ha comentado, la comunicación no sigue una misma línea argumental, hecho que puede generar confusión ante el público por no ser holística e integradora. Se debe conseguir que todos los mensajes que emita la empresa estén coordinados y tengan una coherencia para transmitir al público una imagen consolidada, de lo contrario los clientes obtendrán una percepción distorsionada de la empresa. Se debe conseguir que el público mantenga en su mente un logotipo acompañado de unos colores corporativos concretos tanto tras haber consumido en el establecimiento físico como tras haber visitado la página web, de este modo se pretende evitar que exista un desconcierto cuando un usuario quiera buscar soluciones informáticas para su negocio.

11.2. COMUNICARSE CON SUS PÚBLICOS

Estimular el uso de las redes sociales e internet por parte de los consumidores. Para aumentar la notoriedad, dar a conocer la marca y atraer y fidelizar al público es

necesaria la creación y mantenimiento de las principales redes sociales, el correcto uso de la plataforma *YouTube* y la ampliación de contenidos en la página web. Es importante utilizar internet por ser el medio más utilizado, flexible y que crece a pasos agigantados, en la actualidad todos tenemos acceso a este medio desde cualquier lugar y en cualquier momento gracias a los dispositivos móviles. Además, se puede utilizar como medio promocional por su bajo coste e incluso, en el caso de redes sociales y plataformas online gestionadas de manera adecuada y con mayor tránsito de usuarios, su uso es gratuito.

11.3. PROMOVER EL USO DE ODOO FRENTE A OTROS ERP'S

Odoo es un conjunto de aplicaciones empresariales de núcleo abierto. Se basa en una estructura modular en la que cada aplicación cubre una función empresarial y cada aplicación se instala según sea necesario. Odoo está disponible para ser instalado en las instalaciones, así como en la nube.

Los servicios de soporte e implementación para la edición local son vendidos por socios certificados de Odoo, como es el caso de *Infobit Informática SL*. La edición local tiene miles de módulos desarrollados por la comunidad que agregan o modifican funciones, lo que permite un alto grado de flexibilidad.



Cuadro comparativo de la página de *Odoo*. Fuente: Web de *Odoo*.

Se deben considerar muchos factores al elegir un *software* de fabricación. La complejidad del flujo de trabajo de producción, el grado de fluctuación de la demanda, los plazos de producción y las adquisiciones, el tamaño de la organización, la tasa de crecimiento del negocio, las necesidades de almacenamiento, la complejidad de las operaciones de soporte en una planta, etc. Por ello es importante tener conocimiento de estos factores a la hora de elegir un proveedor.

11.4. COMBATIR LA ACTIVIDAD PROMOCIONAL DE LA COMPETENCIA

Cabe destacar que el comercio físico se encuentra en la misma calle que el supermercado de la localidad, lo cual ayuda a que el público pase por delante. Existe la posibilidad de ofrecerse como *checkpoint* o punto de recogida de pedidos para que la gente se acerque a la tienda y pueda despertar interés.

11.5. MANTENIMIENTO DE LAS ESTRATEGIAS

Para llevar a cabo todos los objetivos propuestos de manera duradera y beneficiosa para la empresa, existe un objetivo clave en aspectos generales que se debe señalar:

- Mantenimiento de las estrategias: Como objetivo a largo plazo, se deben mantener en el tiempo los cambios efectuados para la mejora de la comunicación externa de la empresa. Así, con el continuo tratamiento de la identidad visual corporativa y la creación y mantenimiento de perfiles en las redes sociales, se conseguirá la expansión y el crecimiento de la propia empresa.

12. PLAN DE ACCIONES

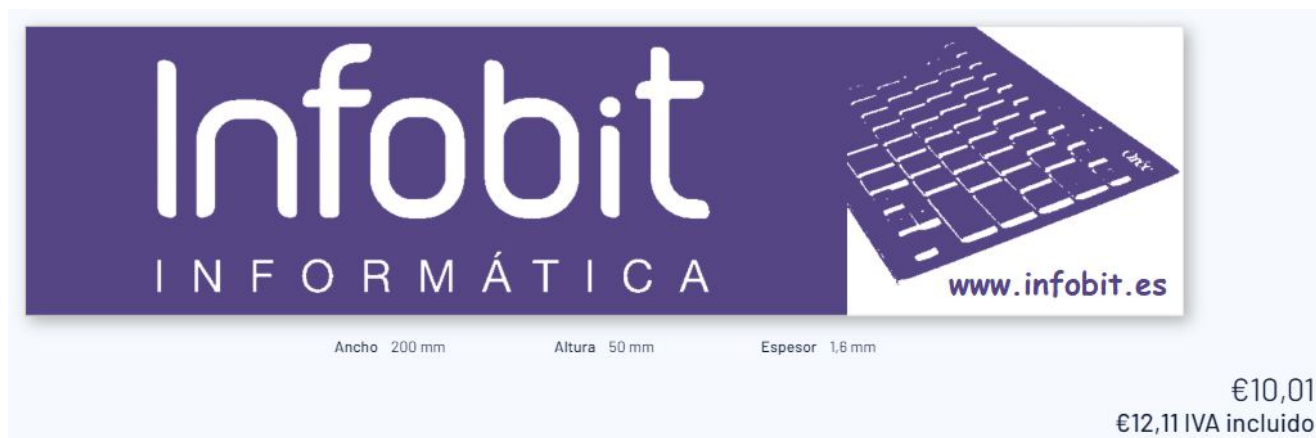
Teniendo en cuenta las palabras de Joan Costa, “a la empresa le interesan las buenas relaciones, la fidelidad de sus públicos y que contribuyan a sus objetivos de negocio y de buena reputación.” (2015: 104)

12.1. UNIFICACIÓN DE LA IVC EN TODOS LOS SOPORTES

Como parte del asesoramiento en el que se argumenta el presente proyecto, es fundamental la completa supresión de la versión anterior al logotipo actual que todavía se da uso tanto en el cartel de la puerta del comercio como en el merchandising y las bolsas de plástico. De este modo, se pretende evitar la confusión que puede acarrear la utilización de ambos logotipos, uno para el espacio físico y otro para el entorno digital. Tras su completa eliminación, se pretende conseguir unificar la marca en la mente del público.

Esta acción también es necesaria para conseguir mejorar y reafirmar el posicionamiento, aumentar la identificación de la marca y cumplir con todos los elementos corporativos. Por lo tanto, debe llevarse a cabo eliminando por completo el rastro del logotipo anterior, para ello será necesario:

- Cambiar el rótulo de la tienda física a un rótulo que lleve el logotipo actual con los colores corporativos que éste utiliza.



Diseño de rótulo para el exterior del comercio de *Infobit Informática SL*. Fuente: Propia.

- Retirar las pegatinas del interior de la tienda que todavía conservan el logotipo antiguo. Estratégicamente también se pueden reemplazar esas pegatinas por unas nuevas que ilustren la identidad visual actual.
- Realizar bolsas recicladas con el logotipo actual, así no sólo se unificará la identidad visual de cara a los clientes de la tienda física, sino que también se transmitirá la conciencia sobre el uso sostenible de las bolsas.



Diseño de bolsas recicladas para *Infobit Informática SL*. Fuente: Propia.

- Seguir utilizando el material de oficina con la identidad visual antigua pero no exhibirlo por ahí. Preparar nuevos blocs de notas y bolígrafos para las reuniones oportunas. De este modo tampoco se malgastarán los productos ya existentes.

12.2. CREACIÓN Y SEGUIMIENTO DE COMUNICACIÓN ONLINE

Utilizar internet para promocionar la marca es fundamental. Gracias a este medio se va a conseguir publicitar tanto la marca como los productos y servicios, hacer marketing, plantear la imagen corporativa de la marca, para tener menos coste e inversión y para, en un futuro, ingresar en un mercado nacional. Como beneficio se obtendrá un considerable ahorro de tiempo, clientes nuevos, productos publicitados las 24 horas del día durante todos los días, encontrar las necesidades del cliente e incluso una comunicación con el cliente.

12.2.1. ESTABLECIMIENTO Y MANEJO DE REDES SOCIALES

- Crear un perfil y publicar en redes sociales:

Puesto que ni siquiera tienen creado un perfil en ninguna de las diferentes redes sociales existentes, se debería crear un perfil en cada una de las más consumidas y relevantes en el momento actual, así como lo son *Facebook*, *Twitter* e *Instagram* siguiendo una estrategia para conseguir obtener los resultados adecuados. No sólo se trata de crear cuentas y perfiles, sino también de seguir una estrategia de contenido atractiva y conseguir que el usuario llegue a interactuar. De este modo, se generará conversación en torno a los contenidos para aumentar la visibilidad y reputación. Para ello es primordial que los mensajes lleguen a los usuarios y *stakeholders*.

- *Facebook*:

Creación de una página de *Facebook* propia con el nombre “Infobit Informática” donde se informe de los productos y servicios ofertados y se resuelvan las dudas de los usuarios. De este modo, se podrán publicar todas las actualizaciones de manera inmediata y efectiva además de publicitar la página web a través de *Facebook Ads*.

Para conseguir la atención del público, el contenido debe ser atractivo pero sin perder la relación con las necesidades principales de la marca. Por ello, la táctica se centraría en iniciar la campaña con pequeños vídeos de intriga, que despierten la curiosidad y mantengan la atención del consumidor hasta el lanzamiento del vídeo definitivo, donde se explique todo. Se realizarán un total de 5 inserciones distribuidas a lo largo de cada mes. Estas inserciones comenzarán a emitirse en la plataforma el 7 de noviembre de 2018 y terminarán el 30 de octubre de 2019. Es de gran utilidad elegir y programar el contenido que se va a publicar para no invertir tanto tiempo en la red social, pero también se debe estar pendiente de la interacción que genera el público y contestarle de forma educada, útil y lo más rápida posible.

El contenido que se mostrará de manera más asidua será: Compartir noticias relacionadas con el ámbito de acción, publicar ofertas, compartir consejos, publicar recomendaciones, alternar contenido relacionado con la marca en formato de imagen y de vídeo, realizar una encuesta y dirigir el tráfico de público a la página web específica de la marca.

El contenido que se expondrá de forma esporádica será: Agradecimientos cuando se alcancen una cantidad de seguidores determinada, agradecimientos a los fans por su apoyo, branded content, eventos de *Facebook*, concursos y sorteos. A estos concursos/sorteos, se podrá participar siendo seguidor de la página y compartiendo la publicación. Siguiendo estos pasos, se podrá conseguir como premio una alfombrilla personalizada para el ratón o un año de antivirus para el ordenador, por ejemplo.

Crear una página de *Facebook* para promocionar es muy sencillo y tiene muchas ventajas respecto a usar un perfil personal. Este tipo de páginas enfocadas a la promoción de productos y servicios confiere profesionalidad, una imagen mucho más dinámica, ayuda a interactuar con el cliente o futuro cliente, permite crear y visualizar estadísticas, aumenta la visibilidad de la marca, secunda el posicionamiento del negocio, favorece que se llegue a conseguir un buen posicionamiento en *Google* y admite la posibilidad de hacer publicidad segmentada sin invertir casi dinero.

- *Twitter*:

Creación de una cuenta de *Twitter* con el nombre “@InfobitInformatica” donde se publiquen noticias y curiosidades relacionadas con el mundo de la tecnología y se genere conversación con los usuarios. Para animar al público a generar conversación es importante, además de cuidar el contenido que se publica, realizar preguntas a modo de *Quiz* y compartir enlaces que les puedan ser de interés, sin que estén directamente relacionados con la marca. A través de los *Tweets*, también se informaría sobre promociones y concursos que se realizarían de forma

esporádica para dar a conocer la cuenta y por lo tanto la marca. Este canal también tendría su doble función como atención al cliente debido a las características de esta red social.

- *Instagram:*

Creación de una cuenta de *Instagram* con el nombre “@InfobitInformatica” donde se publiquen los vídeos corporativos y se genere conversación con los usuarios. Este contenido estaría caracterizado como *Branded Content* por tratarse de contenidos vinculados a la marca que permiten conectar emocionalmente con el público. Uno de los grandes retos de la comunicación en redes sociales es aportar valor a los usuarios, en este caso, seguidores en *Instagram*. Para conseguir un espacio común donde los clientes interaccionen en torno a publicaciones sobre la marca, se debe de potenciar esta comunidad. La meta a alcanzar en *Instagram* es la creación de *engagement*, que se conseguirá a través de una trabajada estrategia de contenidos basada en fotografías, mensajes positivos y consejos sobre cómo sacar mayor partido a los dispositivos electrónicos con enlaces donde se encuentre toda la información que divulgan las redes sociales de forma verídica y detallada. En esta misma red social, también se atenderán las cuestiones de los usuarios y sus consultas a nivel diario.

12.2.2. AUMENTO DEL USO DE LA PLATAFORMA YOUTUBE

- Activar el canal de la plataforma de *YouTube*:

YouTube está caracterizada como la plataforma rey del marketing de contenidos y, a pesar de que la empresa tiene un canal creado (“Infobit Odoo”), éste se centra en compartir contenido de forma oculta para una empresa en concreto, sin crear más contenido útil de valor general que pudieran compartir de forma pública. Con este nuevo contenido, se generaría conversación e incluso, monetizando los vídeos, se podría alcanzar un presupuesto extra a través de la publicidad que esta plataforma añade a los vídeos una vez son monetizados y alcanzan ciertas visualizaciones.

Además, el nombre del canal es confuso puesto que tiene añadido el nombre de otra empresa porque hasta ahora sólo está enfocado a subir vídeos relacionados con el sistema que dicha empresa ofrece. El objetivo es conseguir que sean los propios usuarios quienes busquen a la marca por su contenido entretenido o de valor para que más adelante consulten la página web y/o las redes sociales.

- Aumentar el uso de la plataforma *YouTube*:

Para conseguir que el público se suscriba al canal y se interese tanto por el contenido como por la empresa, se debe crear un contenido útil y/o entretenido. Al tratarse de una empresa que se centra en las soluciones informáticas, y viendo las visualizaciones de sus primeros vídeos subidos hace años, debe centrarse en subir contenido de formación sobre las diferentes plataformas de gestión de proyectos con código abierto, como es el caso de *Odoo ERP*. En estos vídeos, se debe enseñar a utilizar la plataforma de forma dinámica y a mostrar los diferentes usos que se le puede dar. También se debe realizar, de forma periódica, creación de vídeos corporativos que potencien y posicionen las ventajas de trabajar con la marca. Por otra parte, el nombre del canal debe cambiarse por “Infobit Informática” en lugar de llamarse “Infobit Odoo”, puesto que no sólo se publicarán vídeos relacionados con el sistema de OpenERP de *Odoo*. OpenERP son las siglas de Enterprise Resource Planning, que significa sistema de planificación de recursos empresariales, en este caso “Open” indica que este sistema es de código abierto, es decir, que se puede programar sobre el mismo.

12.2.3. AMPLIACIÓN DE CONTENIDOS EN LA PÁGINA WEB

- Modificación y ampliación de contenidos en la página web:

La página web está caracterizada por un buen diseño, pero se encuentra incompleta en cuanto a contenido y no utiliza una estrategia de posicionamiento SEO. Todo ello conlleva a que, por una parte, falte información sobre los servicios que ofrecen y los productos que ofertan y, por otra parte, sea más costosa de encontrar en la web.

Por esa razón, es importante completar la página web con contenido realmente útil y no sólo focalizar los esfuerzos en que tenga una imagen corporativa agradable. Del mismo modo, se debe llevar a cabo una estrategia de posicionamiento SEO para que pueda ascender en el buscador y sea más visible cuando los usuarios busquen soluciones informáticas.

- Gestionar el posicionamiento de la página web:

Para conseguir que la página web sea realmente efectiva y lograr que sea más visible para el público, se debe llevar a cabo una remodelación del contenido de la misma y una estrategia de posicionamiento SEO a través de las herramientas de optimización que ofrece *Google*. Para ello se deberá coordinar y unificar la información que se ofrece a través del resto de canales, de manera que todo lo que se promoció a través de las redes sociales quede plasmado también en la página web. La misma web debe estar optimizada para el uso desde dispositivos móviles, puesto que la mayoría de los usuarios que consumen las redes sociales lo hacen desde un smartphone y, por ende, acaban accediendo a la página web desde el mismo. Además de ello, servirá para conseguir la diferenciación de una empresa con el mismo nombre que se puede confundir fácilmente a través de la web, a pesar de que esta segunda empresa se localice en Toledo.

Infobit S.L. Formación - Inicio
www.infobitsl.com/ ▼
Las IDEAS, el PLAN, la ACCION, son algunas de tus nuevas palabras y con INFOBIT las tendrás a tu alcance. La motivación, el optimismo son fundamentales ...

Aula virtual Infobit Le damos la bienvenida al Campus Virtual de Infobit S.L ...	Contactar Contactar. Consultas de Particulares; Consultas de ...
Próximos Cursos Cursos con etiqueta: Próximos Cursos. Programados. En ...	INFOBIT Albacete En los centros de formación INFOBIT encontraras la ayuda ...
Formación Online Catálogo de Formación Online 2017.	INFOBIT Toledo INFOBIT Toledo. Fórmate. La importancia de Formarte. Todos ...

[Más resultados de infobitsl.com »](#)

Ofertas de trabajo en Infobit S.L. - InfoJobs
<https://www.infojobs.net/infobit-s.l./em-i47652524533210250124555753889> ▼
Ofertas de trabajo en Infobit S.L.. Consulta la bolsa de empleo de Infobit S.L. e inscríbete en las ofertas de empleo de Infobit S.L. de forma online a través de ...



Infobit SL ★
4,8 ★★★★★ 5 reseñas de Google

Centro de formación en Toledo

Dirección: Calle Carreteros, 1, 45003 Toledo
Horario: Cerrado · Abre a las 8:00 los mié. ▼
Provincia: Provincia de Toledo
Teléfono: 925 10 62 42

[Sugerir un cambio](#) · [¿Eres el propietario de esta empresa?](#)

Búsqueda de *Infobit SL*. Fuente: Google.

12.3. PROMOCIÓN DEL SERVICIO DIFERENCIADOR

Para dar a conocer la ventaja competitiva de *Infobit Informática SL*, a pesar de tratarse de un servicio que no puede publicitarse por sí mismo, como se ha comentado anteriormente, se podría llevar a cabo una campaña de emailing a través de la que se podría informar a empresas seleccionadas de las ventajas del uso del ERP de *Odoo* frente al resto de programas y plataformas existentes en el sector.

El surgimiento de los sistemas ERP, en concreto los de *software* libre como es el caso de *Odoo*, ha supuesto un gran cambio en la manera de gestionar los procesos de negocio y la información dentro de las empresas. Principalmente, cabe destacar tres ventajas indiscutibles que tiene *Odoo* frente a cualquier otra plataforma de ERP.

En primer lugar, se trata de un programa de código abierto, por ello es totalmente personalizable y adaptable a las necesidades de cada empresa. En segundo lugar, al tratarse de un software público, existe una gran comunidad de soporte por lo que prácticamente todos los problemas que pudieran surgir han sido testeados y solucionados previamente. Por último, también existe una gran comunidad de programadores independientes que desarrollan módulos que complementan las funciones del programa para que sea mas versátil en cuanto a diversidad de entornos empresariales.

12.4. CONSTANCIA EN LA APLICACIÓN DE LAS ACCIONES

Para que funcionen las diferentes estrategias de comunicación, poder solucionar los problemas y mantener en el tiempo las mejoras, es conveniente la constancia en la aplicación de cada una de las acciones que se deberán llevar a cabo. Esto consumirá bastante tiempo para la empresa pero los beneficios contrarrestarán esta inversión a un largo plazo. El mecanismo ideal para desarrollar las acciones de la manera más adecuada y duradera en el tiempo es a través de la contratación de un especialista en comunicación, puesto que será capaz de gestionar la comunicación a todos los niveles y seguirá ejecutando el plan de comunicación conforme la empresa y su contexto vayan avanzando.

13. CRONOGRAMA

Para distribuir de forma visual las diferentes acciones propuestas en la estrategia, a continuación se muestra una representación gráfica del conjunto de hechos en función del tiempo de duración de la campaña.

ACCIONES	NOVIEMBRE 2018																													
	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
2 pub./sem. <i>Instagram</i>																														
3 pub./sem. <i>Twitter</i>																														
1 pub./sem. <i>Facebook</i>																														
1 video/quinc. <i>YouTube</i>																														

ACCIONES	DICIEMBRE 2018																														
	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
2 pub./sem. <i>Instagram</i>																															
3 pub./sem. <i>Twitter</i>																															
1 pub./sem. <i>Facebook</i>																															
1 video/quinc. <i>YouTube</i>																															

ACCIONES	ENERO 2019																														
	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
2 pub./sem. <i>Instagram</i>																															
3 pub./sem. <i>Twitter</i>																															
1 pub./sem. <i>Facebook</i>																															
1 vídeo/quinc. <i>YouTube</i>																															

ACCIONES	FEBRERO 2019																											
	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
2 pub./sem. <i>Instagram</i>																												
3 pub./sem. <i>Twitter</i>																												
1 pub./sem. <i>Facebook</i>																												
1 video/quinc. <i>YouTube</i>																												

ACCIONES	MARZO 2019																														
	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
2 pub./sem. <i>Instagram</i>																															
3 pub./sem. <i>Twitter</i>																															
1 pub./sem. <i>Facebook</i>																															
1 video/quinc. <i>YouTube</i>																															

ACCIONES	ABRIL 2019																														
	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
2 pub./sem. <i>Instagram</i>																															
3 pub./sem. <i>Twitter</i>																															
1 pub./sem. <i>Facebook</i>																															
1 video/quinc. <i>YouTube</i>																															

ACCIONES	MAYO 2019																															
	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
2 pub./sem. <i>Instagram</i>																																
3 pub./sem. <i>Twitter</i>																																
1 pub./sem. <i>Facebook</i>																																
1 video/quinc. <i>YouTube</i>																																

ACCIONES	JUNIO 2019																														
	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
2 pub./sem. <i>Instagram</i>																															
3 pub./sem. <i>Twitter</i>																															
1 pub./sem. <i>Facebook</i>																															
1 vídeo/quinc. <i>YouTube</i>																															

ACCIONES	JULIO 2019																															
	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
2 pub./sem. <i>Instagram</i>																																
3 pub./sem. <i>Twitter</i>																																
1 pub./sem. <i>Facebook</i>																																
1 vídeo/quinc. <i>YouTube</i>																																

ACCIONES	AGOSTO 2019																														
	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
2 pub./sem. <i>Instagram</i>																															
3 pub./sem. <i>Twitter</i>																															
1 pub./sem. <i>Facebook</i>																															
1 vídeo/quinc. <i>YouTube</i>																															

ACCIONES	SEPTIEMBRE 2019																													
	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
2 pub./sem. <i>Instagram</i>																														
3 pub./sem. <i>Twitter</i>																														
1 pub./sem. <i>Facebook</i>																														
1 video/quinc. <i>YouTube</i>																														

ACCIONES	OCTUBRE 2019																														
	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
2 pub./sem. <i>Instagram</i>																															
3 pub./sem. <i>Twitter</i>																															
1 pub./sem. <i>Facebook</i>																															
1 vídeo/quinc. <i>YouTube</i>																															

14. PRESUPUESTO

El presupuesto “es el cómputo anticipado del coste de las acciones informativas a realizar en un período de tiempo determinado” (Sanz de la Tajada, 1978: 35), es decir, tiene que pensarse y elaborarse antes de la ejecución de cualquiera de las acciones formativas a realizar. En la situación actual, *Infobit Informática SL* dispone de un presupuesto anual de 4.000€ para invertir en comunicación. Para conseguir que la inversión sea rentable, hay que gestionarla y organizarla planificando las acciones que se van a realizar en cada momento.

ACCIÓN	EMPRESA	TIEMPO/CANTIDAD	TOTAL
IVC	Freelance <i>Echeazarra.es</i>	50h	600€
Diseño rótulo	Freelance <i>Echeazarra.es</i>	1h	12€
Diseño bolsas y merchandising	Freelance <i>Echeazarra.es</i>	3h	36€
Página web	Freelance <i>Echeazarra.es</i>	80h/año	960€/año
SEO	<i>Infobit Informática SL</i>	60h/año	480€/año
RRSS	<i>Infobit Informática SL</i>	30h/mes	240€/mes
YouTube	<i>Infobit Informática SL</i>	50h/mes	400€/mes
Plan de comunicación	Paloma Gómez Selma	110h	1.320€

4.048€

- El freelance *Echeazarra.es* recibe un salario de 12€/hora.
- El departamento especializado de *Infobit Informática SL* recibe un beneficio de 8€/hora.
- La creadora del plan de comunicación Paloma Gómez Selma recibe una contribución por sus aportaciones de un total de 12€/hora.

15. HONORARIOS

Los honorarios por la ejecución del plan de comunicación para la empresa *Infobit Informática SL* ascienden a un total de 1.320€. Este total lo conforman los procesos de investigación sobre la compañía; la identidad corporativa; la identidad visual corporativa; el diagnóstico general de la empresa; los análisis externo, de la competencia y DAFO; los objetivos de comunicación; las estrategias de comunicación y plan de acciones; y su debido cronograma.

16. VIABILIDAD DEL PLAN

A priori, el presupuesto puede parecer elevado para una pequeña empresa a nivel local que quiere expandirse, pero la misma es consciente de la necesidad de mejoras en comunicación y acciones promocionales para darse a conocer y seguir creciendo. Es por ello que están dispuestos a invertir una suma relativamente elevada para poder conseguir aumentar sus beneficios y mejorar su imagen hacia el público. La ejecución del presente plan de comunicación puede marcar un antes y un después en la empresa, llegando a cumplir sus objetivos y transformándola hasta el punto deseado.

Es importante tener en cuenta que las primeras inversiones en comunicación se van a ir recuperando en el largo plazo si se cumple correctamente dicho plan de comunicación. Estas acciones se deben mantener en el tiempo para conseguir que la efectividad del plan se vea reflejada y llegar a mantener la imagen y las acciones promocionales de la empresa. Al tratarse de un sector que se encuentra en auge desde los últimos años, es imprescindible darse a conocer y diferenciarse del resto de empresas similares, ésto se consigue con lo anteriormente mencionado.

Para llevar a cabo todo este conglomerado de acciones y su correspondiente seguimiento, será necesario contar con un perfil especializado que gestione la comunicación de la empresa. Este perfil debe cumplir con las características principales de gestión de la responsabilidad comunicativa del proyecto, tener pleno conocimiento de la identidad de la empresa y el mantenimiento de una línea comunicacional coherente con todos los públicos de la misma. Todas las acciones y estrategias presentes en el plan de comunicación pueden ser llevadas a cabo con normalidad por parte de la empresa teniendo en cuenta los recursos y el personal capacitado del que dispone la misma. Al contar con una graduada en Comunicación Audiovisual y en Publicidad y Relaciones Públicas, además de futura Directora Estratégica de Comunicación por el Máster de la Universitat Jaume I, el plan puede

ser dirigido por la misma persona, que gestionará cómo y quién realizará cada acción predispuesta en el plan de comunicación.

Debe tenerse en cuenta, a modo de evaluación final y de cara a los subsiguientes años, que el plan de comunicación debe modificarse a nivel anual, del mismo modo que se modifican y ajustan las cuentas y los balances. Para realizar de manera correcta la modificación del plan de comunicación empresarial, existen tres puntos imprescindibles de modificación, tales son el estado actual de la imagen corporativa de la entidad, los objetivos anuales de comunicación y los programas de comunicación.

TERCERA PARTE

17. CONCLUSIONES

Tras la realización del presente proyecto, se puede llegar a la conclusión de que la forma visual de la marca es clave para que las diferentes empresas lleguen a sus públicos: es el soporte sobre el que se apoyan los valores y atributos. En una cita de Joan Costa, queda reflejada esta importancia: “Nadie duda del rol preponderante e imprescindible de la comunicación visual en la construcción de las marcas: sin signos gráficos no habría marcas.” (2004: 106) Y por ende: “Desde hace veinte años, nadie discute que la marca ‘es el capital de la empresa’.” (2013: 11)

La gestión de intangibles es un reto para las organizaciones, “La implicación directa que tiene este cambio es entender que la empresa no es sólo un centro de producción (cuya gestión y éxito depende de recursos tangibles como productos, fábricas, número de empleados, etcétera) sino un ciudadano corporativo que transforma la sociedad y que, por tanto, debe establecer una relación responsable y de diálogo con dicha sociedad.” (Costa, 2015: 61) Esta gestión se ha visto motivada por cambios en el contexto económico y una nueva mentalidad empresarial; y por nuevas demandas y expectativas sociales.

La metodología del propio plan de comunicación facilita la evaluación previa para poder planificar su ejecución y prever sus resultados. Gracias un análisis específico es posible definir los diferentes problemas de comunicación de la empresa, para así conseguir una idea más clara de la situación actual en la que se encuentra y poder gestionar las posibles estrategias y objetivos de comunicación.

En este orden, y tras concretar previamente los objetivos de comunicación, es posible identificar las posibles soluciones de estos problemas y cómo llevarlas a cabo mediante un plan de acciones. Con el plan de comunicación se logrará una comunicación efectiva tanto a nivel interno como externo y se asegurará una oportuna gestión de la comunicación, así como la asignación de responsabilidades de la comunicación.

Una vez concluida la fase de realización del plan de comunicación, se ha reafirmado cómo se puede conseguir una reputación y cómo ésta es el resultado de haber gestionado de forma adecuada todos los intangibles a través del comportamiento y la comunicación. “La base de una buena empresa y, por tanto, una buena reputación es la identidad.” (Costa, 2015: 82)

Según Fernando Martín “la confianza, credibilidad, calidad y reputación de una organización es determinante en la elección de las actividades, servicios o productos que ofrece, a la par que en las variables sociodemográficas, hábitos de consumo y comportamiento de las personas que la componen: trabajadores, proveedores, clientes, inversores, accionistas...” (2010: 167)

En cualquier caso, este proceso no hubiera sido posible sin la fundamentación teórica basada en los libros empleados y citados en la bibliografía del proyecto y todo lo aprendido en las asignaturas mencionadas con anterioridad: *Creatividad, Comunicación Corporativa y Gestión de Marca, Estrategias de Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Corporativa: el Plan de Comunicación y la Gestión de Intangibles, Habilidades Directivas, Management y Liderazgo y Comunicación Transmedia en las Organizaciones.*

18. CONCLUSIONS

After the realization of the present project, it can be concluded that the visual form of the brand is key for the different companies to reach their audiences: it is the support on which the values and attributes are based. In a quote by Joan Costa, this importance is reflected: “No one doubts the preponderant and essential role of visual communication in the construction of brands: signs of graphic signs without the need for marks”. (2004: 106) And therefore: “For twenty years, nobody has argued that the brand ‘is the capital of the company’.” (2013: 11)

The management of intangibles is a challenge for organizations, “The direct implication of this change in the sense that the company is not only a production center, its management and success depends on tangible resources such as products, factories, number of employees, etc. a corporate citizen that transforms society and that, therefore, must establish a responsible relationship and dialogue with this society” (Costa, 2015: 61) This management has been motivated by changes in the economic context and a new business mentality, and new social demands and expectations.

The methodology of the communication plan itself facilitates the prior evaluation to be able to plan its execution and foresee its results. Thanks to a specific analysis it is possible to define the different communication problems of the company, in order to get a clearer idea of the current situation in which it is located and to be able to manage the possible communication strategies and objectives.

In this order, and after previously specifying the communication objectives, it is possible to identify the possible solutions to these problems and how to carry them out through a plan of actions. With the communication plan, effective communication will be achieved both internally and externally, and timely management of the communication will be ensured, as well as the assignment of communication responsibilities.

Once the completion phase of the communication plan has been completed, it has been confirmed how a reputation can be obtained and how this is the result of having been properly managed all intangibles through behavior and communication. “The basis of a good company, therefore, a good reputation in the identity” (Costa, 2015: 82)

According to Fernando Martín “the trust, credibility, quality and reputation of an organization is decisive in the choice of activities, services or products that it offers, as well as sociodemographic variables, consumption habits and behavior of the people who compose it: workers, suppliers, customers, investors, shareholders...” (2010: 167)

In any case, this process has not been possible without the theoretical foundation based on the books used and cited in the project's bibliography and everything learned in the subjects mentioned above: *Creatividad, Comunicación Corporativa y Gestión de Marca, Estrategias de Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Corporativa: el Plan de Comunicación y la Gestión de Intangibles, Habilidades Directivas, Management y Liderazgo* and *Comunicación Transmedia en las Organizaciones*.

19. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

Bassat, Luis. (1993). *El libro rojo de la publicidad: ideas que mueven montañas*. Barcelona: Folio.

Capriotti, P. (2007). *Gestión de la marca corporativa*. Buenos Aires: La Crujía.

Córdoba, A. (2000). *El reto de la gestión empresarial: como añadir valor a la empresa mejorando la gestión de su capita*. Bilbao: Deusto.

Costa, J. (2004). *La imagen de marca: Un fenómeno social*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Costa, J. (2013). *Los 5 pilares del branding: anatomía de la marca*. Barcelona: Costa Punto Com.

Costa, J. (2015). *El Paradigma DirCom: el nuevo mapa del mundo de la comunicación y del management estratégico global*. Barcelona: Costa Punto Com.

Costa, J. (2018). *DirCom: el ejecutivo estratega global*. Barcelona: Costa Punto Com.

Enrique, A. M. y Morales F. (2015). *Somos estrategias: dirección de comunicación empresarial e institucional*. Barcelona: Gedisa.

González, J. (2002). *Identidad visual corporativa: La imagen de nuestro tiempo*. Madrid: Síntesis.

González, M^o Ángeles y Carrero, Enrique. (2008). *Manual de planificación de medios*. Madrid: ESIC.

Hoyuela Sánchez, Paloma y Lázaro, Yolanda (2003). *Diccionario J. Walter Thompson: Comunicación Marketing y Nuevas Tecnologías*. Madrid: Ciencias Sociales.

Martín, F. (2010). *Comunicación empresarial (corporativa) e institucional: business corporate and institutional communication: direcciones de comunicación y prensa/agencias o consultoras de comunicación, relaciones públicas y publicidad*. Madrid: Universitas.

Martín, F. (1995). *Comunicación en empresas e instituciones: De la consultoría a la dirección de comunicación*. Salamanca: Universidad de Salamanca.

Nicolás, M. y Grandío, M. (2012). *Estrategias de comunicación en redes sociales: Usuarios, aplicaciones y contenidos*. Barcelona: Gedisa.

Ordozgoiti, R. y Pérez, I. (2003). *Imagen de marca*. Madrid: ESIC.

Ries, A. (1997). *Posicionamiento: El concepto que ha revolucionado la comunicación publicitaria y el marketing*. (ed. rev.). Madrid: McGraw-Hill.

Sanz de la Tajada, L. Á. (1978). *III-El Presupuesto publicitario y su problemática técnico-práctica: ¿Existe un montante presupuestario óptimo para dedicarlo a la publicidad?*. Madrid: "IPMark", núms. 170 (noviembre, 1977) a 188 (noviembre, 1978).

TERMCAT. (1999). *Diccionario de Comunicación Empresarial*. Barcelona: Enciclopedia Catalana.

Villafañe, J. (1993). *Imagen Positiva: Gestión estratégica de la imagen de las empresas*. Madrid: Pirámide.

Villafañe, J. (1999). *La gestión profesional de la imagen corporativa*. Madrid: Pirámide.

Villafañe, J. (2003). *La Buena reputación: claves del valor intangible de las empresas*. Madrid: Pirámide.

Villafañe, J. (2013). *La Buena empresa: propuesta para una teoría de la reputación corporativa*. Madrid: Pearson.

Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de marketing*. Castellón de la Plana: Publicaciones de la Universitat Jaume I. Recuperado el 24 de agosto de 2018, desde: <https://bit.ly/1ITR7Yq>.

Infobit. *Soluciones en Informática*. Recuperado el 7 de julio de 2018, desde: <https://bit.ly/2D6oapz>.

YouTube. *Infobit Odoo*. Recuperado el 10 de julio de 2018, desde: <https://bit.ly/2x3newC>.

Identifont. *FF DIN*. Recuperado el 10 de julio de 2018, desde: <https://bit.ly/2xpltYM>.

Soma Informática. Recuperado el 20 de julio de 2018, desde: <https://bit.ly/2PEk8pA>.

eInforma. *Soma Informática SL*. Recuperado el 20 de julio de 2018, desde: <https://bit.ly/2QC6Lre>.

Facebook. *@somainformaticasl*. Recuperado el 20 de julio de 2018, desde: <https://bit.ly/2xprdd>.

Twitter. *@somaininternet*. Recuperado el 20 de julio de 2018, desde: <https://bit.ly/2xhnUyj>.

Empresa e Iniciativa Emprendedora. *¿Cómo es el sector de la informática y las nuevas tecnologías?*. Recuperado el 22 de julio de 2018, desde: <https://bit.ly/2Nk1N4E>.

El Economista. *Informática - En Castellón*. Recuperado el 22 de julio de 2018, desde: <https://bit.ly/2PH9yyk>.

Conferencia de Directores y Decanos de Ingeniería Informática. *Informática y telecomunicaciones, el sector con mayor oportunidades laborales*. Recuperado el 22 de julio de 2018, desde: <https://bit.ly/2MLJVuo>.

Equipos y Talento. *El sector farma, informática y telecomunicaciones, los mejor pagados en España*. Recuperado el 22 de julio de 2018, desde: <https://bit.ly/2NSIFde>.

Educaweb. *Las nuevas profesiones en el sector de la Informática y las nuevas tecnologías*. Recuperado el 22 de julio de 2018, desde: <https://bit.ly/2QlgYrW>.

Universitat Politècnica de Catalunya. *Cultura Corporativa: Misión, Visión y Valores en la Gestión Estratégica de las empresas del sector de la Automoción en España*. Recuperado el 13 de abril de 2019, desde: <http://bit.ly/2VUIItN>.

Marketisimo. *¿Cómo se mide el posicionamiento de una marca?*. Recuperado el 8 de marzo de 2019, desde: <http://bit.ly/2WJBwwx>.

Odoo. *ERP Comparison Odoo vs SAP Business One*. Recuperado el 3 de mayo de 2019, desde: <http://bit.ly/2DSmSwh>.

Odoo. *Quiénes somos*. Recuperado el 3 de mayo de 2019, desde: <http://bit.ly/2PLoOLy>.

Odoo. *ERP y CRM de código abierto*. Recuperado el 3 de mayo de 2019, desde: <http://bit.ly/2LsadWZ>.

Universidad de Valladolid. *Implantación del ERP Odoo en una PYME dedicada al Comercio Minorista*. Recuperado el 10 de junio de 2019, desde: <http://bit.ly/2WELzrf>.

Domatix. *Quiénes somos*. Recuperado el 13 de junio de 2019, desde: <http://bit.ly/2WJB5am>.

Empresite. *Domatix Technologies Sociedad Limitada*. Recuperado el 13 de junio de 2019, desde: <http://bit.ly/2WKIUZG>.

Twitter. *Domatix*. Recuperado el 13 de junio de 2019, desde: <http://bit.ly/2KUL2dX>.

Asociación Española de Odoo. *Domatix*. Recuperado el 13 de junio de 2019, desde: <http://bit.ly/2KRNoKn>.

G2 Disseny. *Imagen Corporativa inDAWS*. Recuperado el 13 de junio de 2019, desde: <http://bit.ly/31AzfaC>.

inDAWS. *inDAWS*. Recuperado el 13 de junio de 2019, desde: <http://bit.ly/2MMW4UV>.

Linkedin. *inDAWS*. Recuperado el 13 de junio de 2019, desde: <http://bit.ly/2KgFNFL>.

20. ANEXOS

20.1. CURRÍCULUM DE LOS EMPLEADOS

<u>CURRICULUM VITAE</u>	
DATOS PERSONALES	
NOMBRE COMPLETO	Vicente Selma Durbá
FECHA DE NACIMIENTO	02/12/1970
DEPARTAMENTO	Departamento de Administración.
CARGO EN LA EMPRESA	Director del área administrativa y de recursos humanos.
CORREO CORPORATIVO	vicente@infobit.es
FORMACIÓN ACADÉMICA	
<ul style="list-style-type: none">- Diplomatura en Grado Social (Universitat de València).	
EXPERIENCIA LABORAL	
<ul style="list-style-type: none">- Mantenimiento de sistemas informáticos de supermercados.	
IDIOMAS	
<ul style="list-style-type: none">- Lengua castellana nativa.- Lengua valenciana nivel medio.	<ul style="list-style-type: none">- Lengua inglesa nivel medio.

CURRICULUM VITAE	
DATOS PERSONALES	
NOMBRE COMPLETO	Jorge Echeazarra Zacarés
FECHA DE NACIMIENTO	31/05/1970
DEPARTAMENTO	Departamento de Análisis y Desarrollo.
CARGO EN LA EMPRESA	Director área informática y analista.
CORREO CORPORATIVO	jorge@infobit.es
FORMACIÓN ACADÉMICA	
<ul style="list-style-type: none"> - Máster en programación y analítica. 	
EXPERIENCIA LABORAL	
<ul style="list-style-type: none"> - Analista y programador de de sistemas informáticos de supermercados. 	
IDIOMAS	
<ul style="list-style-type: none"> - Lengua castellana nativa. - Lengua valenciana nivel alto. 	<ul style="list-style-type: none"> - Lengua inglesa nivel alto.

CURRICULUM VITAE	
DATOS PERSONALES	
NOMBRE COMPLETO	Verónica Escrig Santamaría
FECHA DE NACIMIENTO	09/01/1988
DEPARTAMENTO	Departamento de Administración.
CARGO EN LA EMPRESA	Administración, finanzas, contabilidad y atención al público.
CORREO CORPORATIVO	veronica@infobit.es
FORMACIÓN ACADÉMICA	
<ul style="list-style-type: none"> - Diplomatura en Empresariales (Universitat Jaume I). 	
EXPERIENCIA LABORAL	
<ul style="list-style-type: none"> - Contable en <i>Calderón y Díaz Asesores</i> (Castellón). 	
IDIOMAS	
<ul style="list-style-type: none"> - Lengua castellana nativa. - Valenciano nivel medio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Lengua inglesa nivel alto.

CURRICULUM VITAE	
DATOS PERSONALES	
NOMBRE COMPLETO	Héctor Segarra García
FECHA DE NACIMIENTO	13/01/1973
DEPARTAMENTO	Departamento de Servicio de Asistencia Técnica y Conectividad.
CARGO EN LA EMPRESA	Jefe del departamento de asistencia técnica y conectividad.
CORREO CORPORATIVO	hector@infobit.es
FORMACIÓN ACADÉMICA	
<ul style="list-style-type: none"> - Bachillerato de Ciencias y Tecnología. 	
EXPERIENCIA LABORAL	
No tiene experiencia laboral previa.	
IDIOMAS	
<ul style="list-style-type: none"> - Lengua castellana nativa. - Lengua valenciana nativa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Lengua inglesa nivel alto.

CURRICULUM VITAE	
DATOS PERSONALES	
NOMBRE COMPLETO	Gustavo Cabos Domingo
FECHA DE NACIMIENTO	09/07/1976
DEPARTAMENTO	Departamento de Servicio de Asistencia Técnica y Conectividad.
CARGO EN LA EMPRESA	Asistencia técnica a domicilio y mantenimiento de sistemas informáticos.
CORREO CORPORATIVO	gustavo@infobit.es
FORMACIÓN ACADÉMICA	
<ul style="list-style-type: none"> - Diplomatura en Empresariales (Universitat de València). 	
EXPERIENCIA LABORAL	
<ul style="list-style-type: none"> - Contable en el banco <i>BBVA</i> (Valencia). - Contable en <i>Cyrpalsa Distribuciones SL</i> (Castellón). 	
IDIOMAS	
<ul style="list-style-type: none"> - Lengua castellana nativa. - Lengua valenciana nivel alto. 	<ul style="list-style-type: none"> - Lengua inglesa nivel alto.

CURRICULUM VITAE	
DATOS PERSONALES	
NOMBRE COMPLETO	Nazaret Tomás Aibar
FECHA DE NACIMIENTO	20/02/1981
DEPARTAMENTO	Departamento de Análisis y Desarrollo.
CARGO EN LA EMPRESA	Programadora y analista.
CORREO CORPORATIVO	nazaret@infobit.es
FORMACIÓN ACADÉMICA	
<ul style="list-style-type: none"> - Ingeniería Informática (Universitat Jaume I). 	
EXPERIENCIA LABORAL	
<ul style="list-style-type: none"> - Técnico y programadora en <i>GESCIT</i> (Castellón). - Técnico y programadora en <i>Base 10</i> (Castellón). 	
IDIOMAS	
<ul style="list-style-type: none"> - Lengua castellana nativa. - Lengua valenciana nivel medio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Lengua inglesa nivel alto.

CURRICULUM VITAE	
DATOS PERSONALES	
NOMBRE COMPLETO	Saúl Ventura Vallés
FECHA DE NACIMIENTO	12/03/1991
DEPARTAMENTO	Departamento de Análisis y Desarrollo.
CARGO EN LA EMPRESA	Programador y analista.
CORREO CORPORATIVO	saul@infobit.es
FORMACIÓN ACADÉMICA	
<ul style="list-style-type: none"> - Ingeniería Informática (Universitat de València). 	
EXPERIENCIA LABORAL	
<ul style="list-style-type: none"> - Técnico y programador en el Ayuntamiento de Segorbe. - Técnico en <i>Soma Informática SL</i> (Segorbe). 	
IDIOMAS	
<ul style="list-style-type: none"> - Lengua castellana nativa. - Lengua valenciana nivel medio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Lengua inglesa nivel alto.

<u>CURRICULUM VITAE</u>	
DATOS PERSONALES	
NOMBRE COMPLETO	Paloma Gómez Selma
FECHA DE NACIMIENTO	13/04/1995
DEPARTAMENTO	Departamento de Soporte Técnico y Mantenimiento.
CARGO EN LA EMPRESA	Formadora de App's.
CORREO CORPORATIVO	paloma@infobit.es
FORMACIÓN ACADÉMICA	
<ul style="list-style-type: none"> - Grado en Comunicación Audiovisual (Universitat Jaume I). - Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (Universitat Jaume I). - Estudiante del Máster en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación con la especialidad en dirección Estratégica de Comunicación (Universitat Jaume I). 	
EXPERIENCIA LABORAL	
<ul style="list-style-type: none"> - Técnico SEO en <i>Alfatec Sistemas SL</i> (Valencia). - Operadora de cámara en <i>La 8 Mediterráneo Televisión</i> (Valencia). 	
IDIOMAS	
<ul style="list-style-type: none"> - Lengua castellana nativa. - Lengua valenciana nivel medio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Lengua inglesa nivel alto. - Lengua italiana nivel medio.

20.2. EVOLUCIÓN IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA

----- AÑO: 1997 -----



Primer logotipo de *Infobit Informática SL*. Fuente: Infobit.

----- AÑO: 2002 -----



Segundo logotipo de *Infobit Informática SL*. Fuente: Infobit.



Espacio para carteles promocionales de *Infobit Informática SL*. Fuente: Infobit.



Infobit
informática

Dr. Velazquez, 25 bajo 12400 **SEGORBE** (CS)

Telf: 964 71 30 64 Fax: 964 71 10 78

www.infobit.es

Diseño para tarjetas de *Infobit Informática SL*. Fuente: Infobit.

Infobit
informática

Dr. Velázquez 25 Bajo
12400 Segorbe (Castellón)
Tel. 964 71 30 64
Fax 964 71 10 78
www.infobit.es

Diseño para facturas de *Infobit Informática SL*. Fuente: Infobit.

----- **AÑO: 2006** -----

Infobit
i n f o r m á t i c a

Segundo logotipo de *Infobit Informática SL*. Fuente: Infobit.

----- AÑO: 2008 -----

Infobit
i n f o r m á t i c a

Cuarto logotipo de *Infobit Informática SL*. Fuente: Infobit.

----- AÑO: 2010 -----

Infobit
i n f o r m á t i c a

Quinto logotipo de *Infobit Informática SL*. Fuente: Infobit.



Quinto logotipo plata positivo de *Infobit Informática SL*. Fuente: Infobit.



Quinto logotipo plata negativo de *Infobit Informática SL*. Fuente: Infobit.

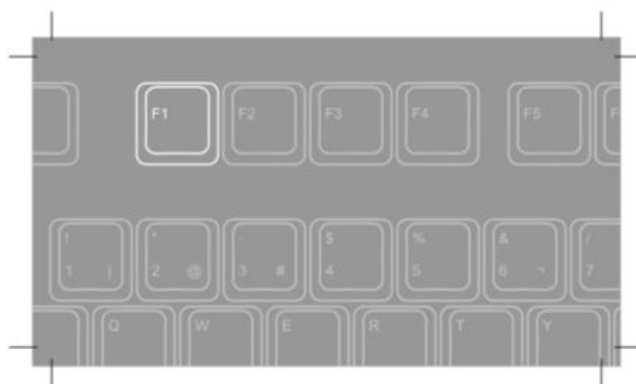


Dr. Velázquez 25
12400 Segorbe CS
T 964 713064
F 964 711078
infobit@infobit.es
www.infobit.es

Anverso tarjeta (3mm) plata positivo quinto logotipo de *Infobit Informática SL*. Fuente: Infobit.



Tarjeta de presentación para internet quinto logotipo de *Infobit Informática SL*. Fuente: Infobit.



reverso general



anverso 1

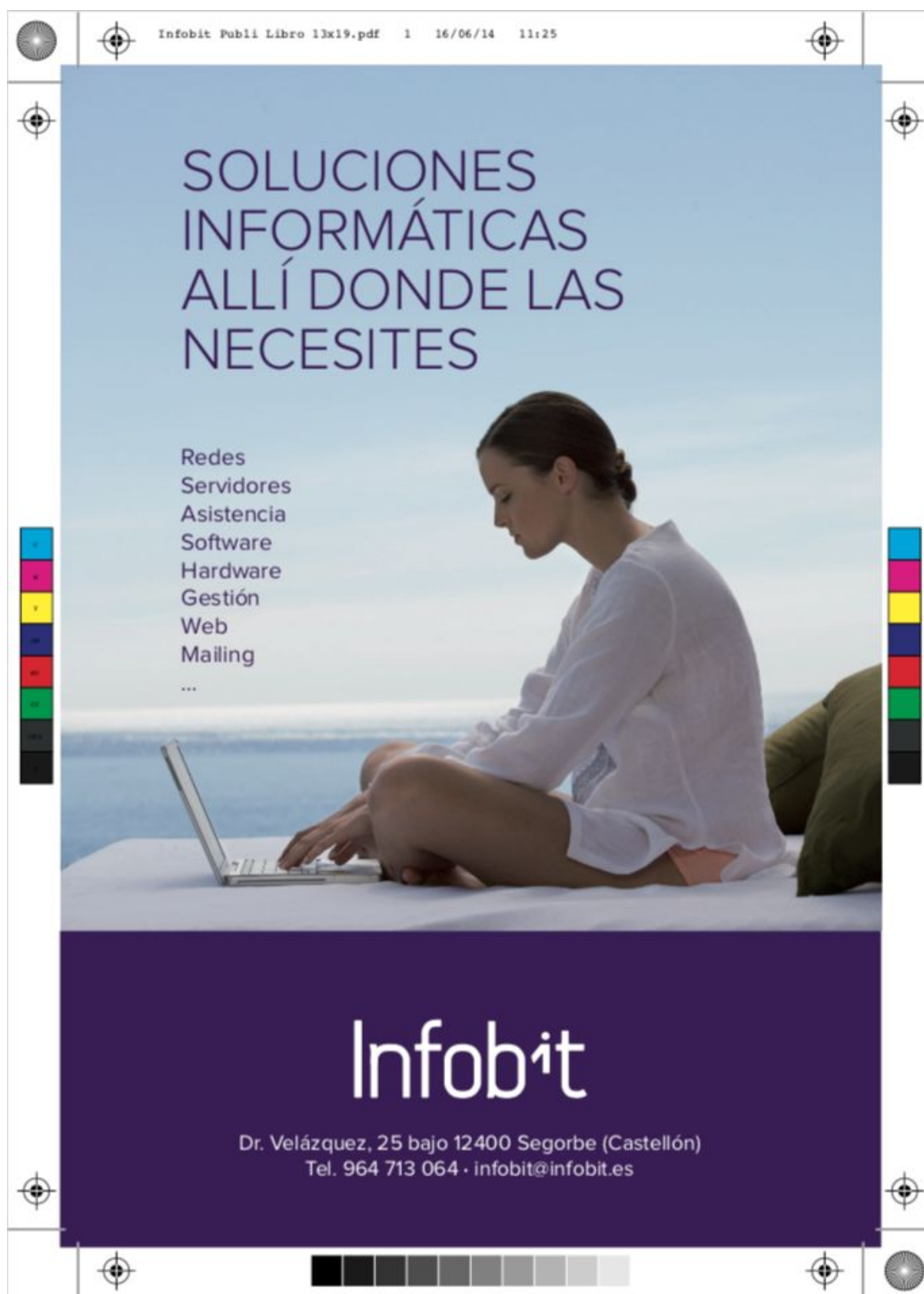


anverso 2



anverso 3

Diseño tarjeta personalizadas quinto logotipo de *Infobit Informática SL*. Fuente: Infobit.



Libro 13x19 quinto logotipo de *Infobit Informática SL*. Fuente: Infobit.

Infobit
I N F O R M Á T I C A

Logotipo positivo actual de *Infobit Informática SL*. Fuente: Infobit.



Logotipo negativo actual de *Infobit Informática SL*. Fuente: Infobit.



Tarjeta actual por delante de *Infobit Informática SL*. Fuente: Infobit.

Infobit
INFORMÁTICA

Tarjeta actual por detrás de *Infobit Informática SL*. Fuente: Infobit.



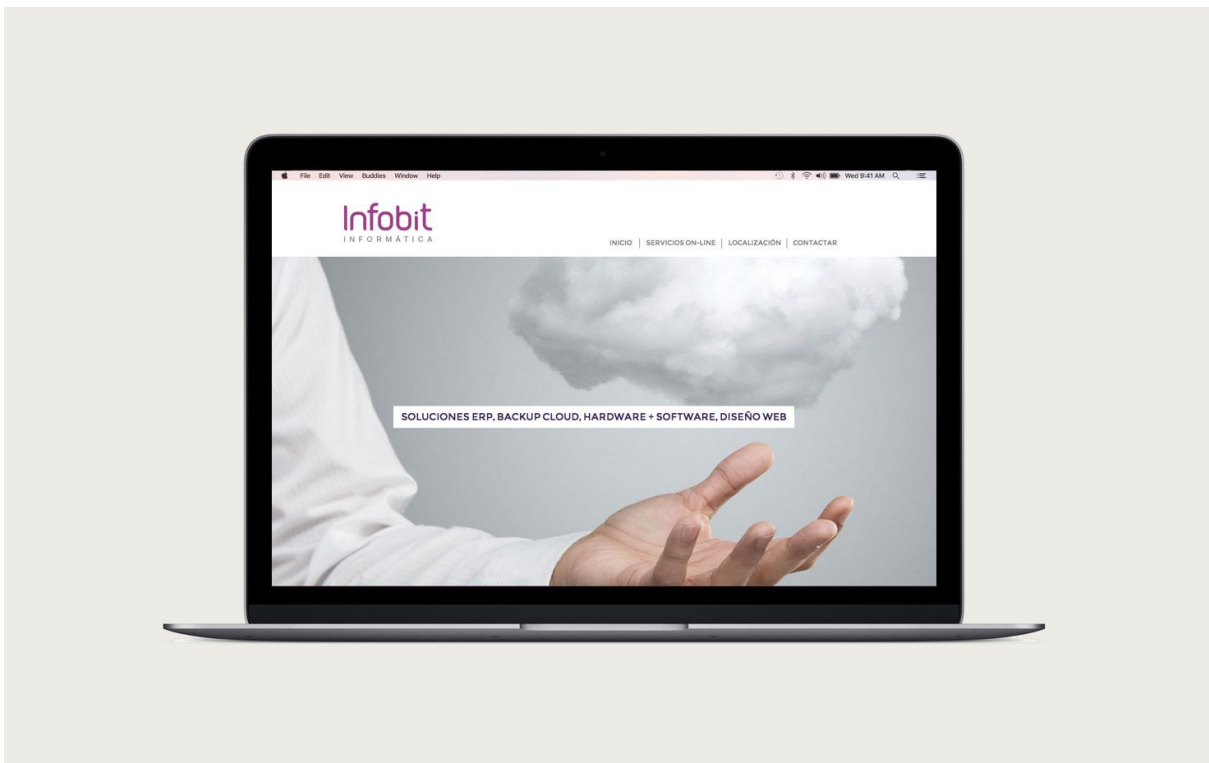
Firma actual para correo electrónico de *Infobit Informática SL*. Fuente: Infobit.



Logotipo actual para web de *Infobit Informática SL*. Fuente: Infobit.



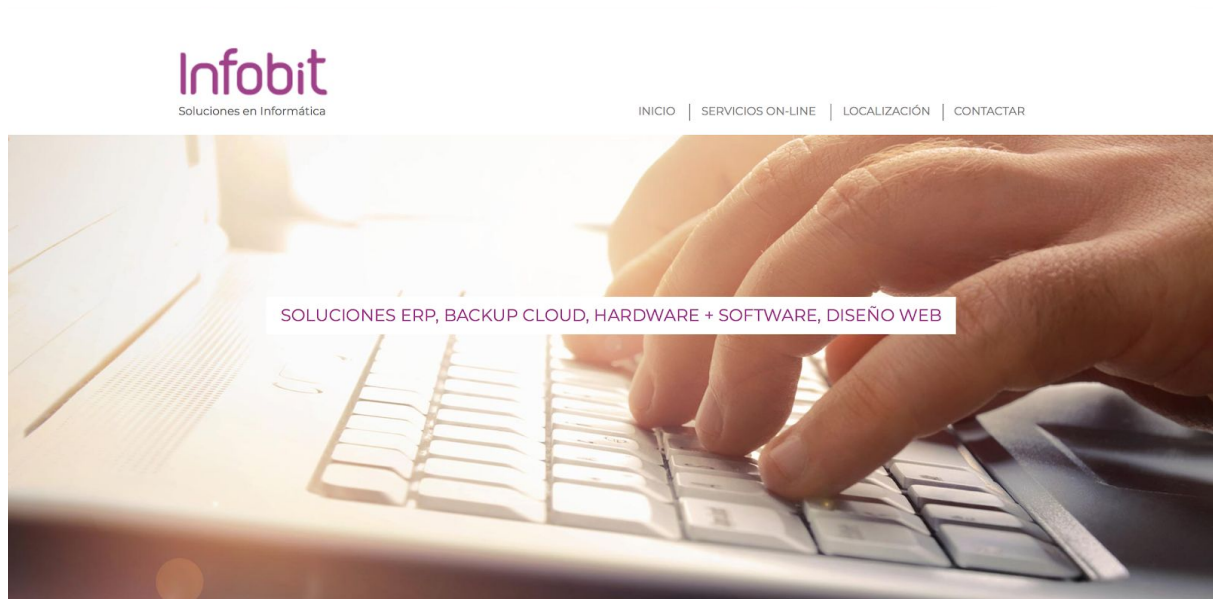
Logotipo negativo actual para web de *Infobit Informática SL*. Fuente: Infobit.



Presentación web actual de *Infobit Informática SL*. Fuente: Infobit.

20.3. PÁGINA WEB

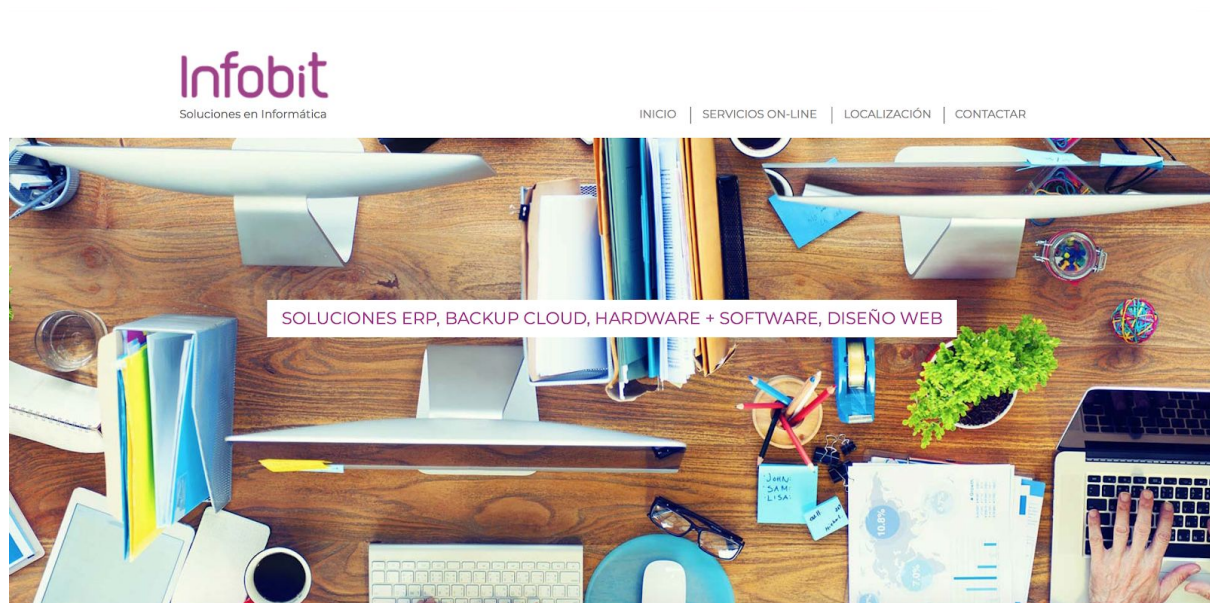
Infobit.es: <http://www.infobit.es/website/>



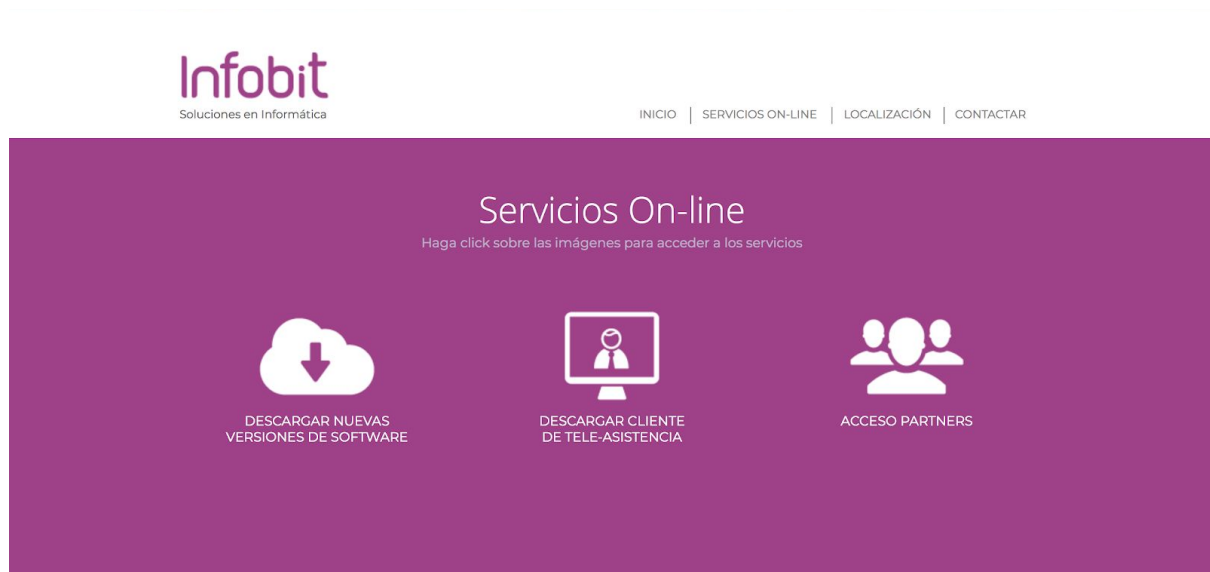
Página web “INICIO” (Fondo 1) de *Infobit Informática SL*. Fuente: Página web Infobit.



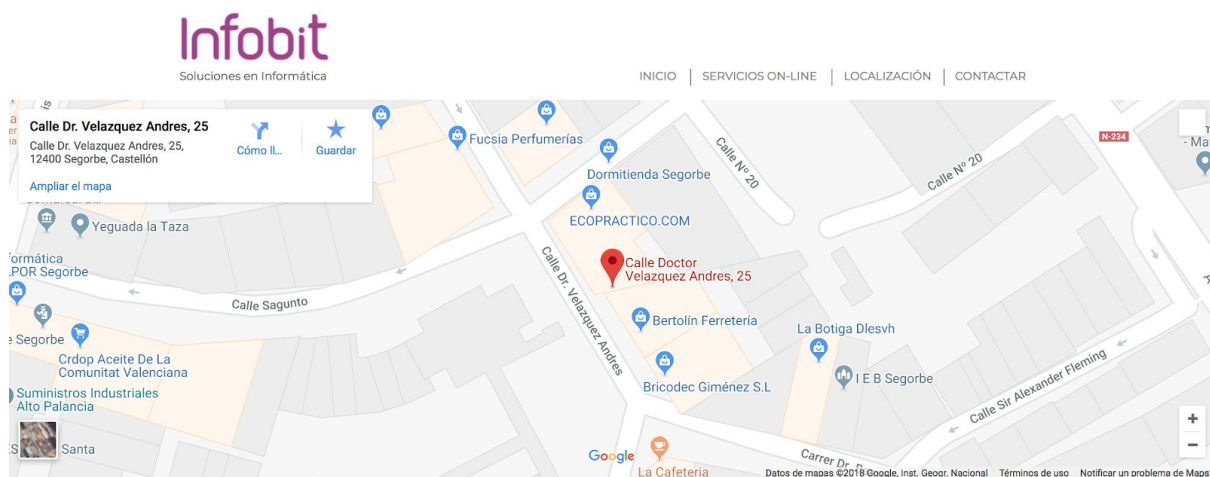
Página web “INICIO” (Fondo 2) de *Infobit Informática SL*. Fuente: Página web Infobit.



Página web “INICIO” (Fondo 3) de *Infobit Informática SL*. Fuente: Página web Infobit.



Página web “SERVICIOS ON-LINE” de *Infobit Informática SL*. Fuente: Página web Infobit.



Página web “LOCALIZACIÓN” de *Infobit Informática SL*. Fuente: Página web Infobit.

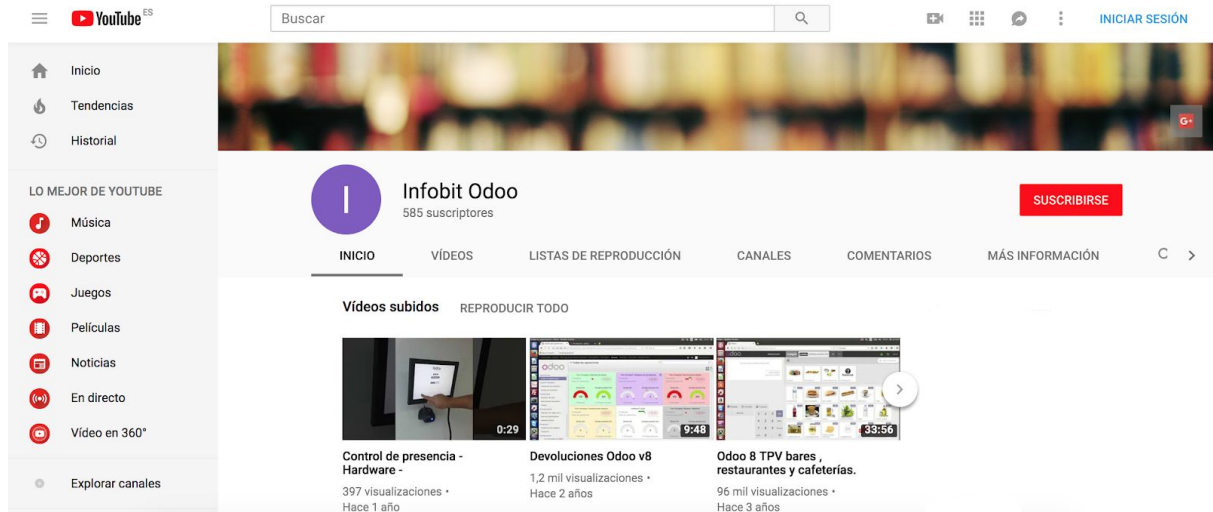
The screenshot shows the 'CONTACTAR' (Contact) page of the Infobit website. At the top, the Infobit logo and navigation menu are visible. The main content area has a light gray background with a speech bubble icon and the text '¿Hablamos?' (Do we talk?). Below this, a message states: 'Puedes hacernos llegar tus comentarios rellenando el formulario que aparece a continuación. Gracias.' (You can reach us with your comments by filling out the form that appears below. Thanks.). The form includes three input fields: 'Nombre y Apellidos' (Name and Surname), 'Email', and 'Comentarios' (Comments). To the left of the form, there are two contact options: 'Si prefieres puedes enviarnos un e-mail a: infobit@infobit.es' (If you prefer, you can send us an email to: infobit@infobit.es) and 'También puedes contactar por teléfono llamando al: +34 964 71 30 64' (You can also contact by phone by calling: +34 964 71 30 64). At the bottom of the form, there is a checkbox for 'Acepto la Política de Privacidad.' (I accept the Privacy Policy.) and a purple 'Enviar' (Send) button.

Página web “CONTACTAR” de *Infobit Informática SL*. Fuente: Página web Infobit.

20.4. CANAL DE YOUTUBE

Infobit Odoo - YouTube:

<https://www.youtube.com/channel/UC9uKlcQjVpn79QQSHxdVH2Q>



Canal de YouTube “INICIO” de *Infobit Informática SL*. Fuente: Canal de Youtube Infobit Odoo.

20.5. CONTENIDO SOMA INFORMÁTICA SL



Logotipo antiguo de Soma Informática SL. Fuente: Soma.



Logotipo actual de Soma Informática SL. Fuente: Soma.



Servicios de Soma Informática SL. Fuente: Soma.

Todo lo que necesitas,
para tu mundo digital.



Imagen de la página de Facebook de Soma Informática SL. Fuente: Página de Facebook Soma.



**LECTOR INALAMBRICO
CODIGO DE BARRAS
MAXPOS MAX-5066RT**

**135,00 €
IVA
incluido**



Imagen de la cuenta de Twitter de Soma Informática SL. Fuente: Cuenta de Twitter Soma.



¡Con tecnología Xtreme Sound!

TABLETA ENERGY SISTEM MAX 3
 ARM Cortex A7 - 1.3 GHz. Quadcore.
 Pantalla: 10,1". RAM: 1 GB.
 Almacenamiento: 16 GB.

*2 altavoces frontales
 de 1 W cada uno para
 que escuches tu música
 como nunca*

**160,00 €
 IVA
 incluido**

soma
 INFORMÁTICA
www.somainformatica.com

Imagen de la cuenta de *Twitter* de *Soma Informática SL*. Fuente: Cuenta de *Twitter* Soma.



TOSHIBA
 Leading Innovation >>>

Portátil TOSHIBA TECRA A50-D-12D
 Intel i5-7200U/8GB/256GB SSD/15.6"
*Experiencia e ingeniería con estilo
 Diseñado para trabajar con eficiencia.*

soma
 INFORMÁTICA
www.somainformatica.com

Imagen de la página de *Facebook* de *Soma Informática SL*. Fuente: Página de *Facebook* Soma.



Imagen de la cuenta de *Twitter* de *Soma Informática SL*. Fuente: Cuenta de Twitter Soma.

¿La vas a dejar escapar? BROTHER 20% descuento


**IMPRESORA MULTIFUNCIÓN
BROTHER DCP-L8410CDW**

**Láser color profesional
de alta velocidad, Wi-Fi
e impresión a doble cara.**

brother
at your side

SOMA
INFORMATICA
www.somainformatica.com

Imagen de la página de *Facebook* de *Soma Informática SL*. Fuente: Página de Facebook Soma.



Día de Internet Segura

Un evento cuyo objetivo es promover un uso seguro y positivo de las tecnologías digitales.

Estás son las contraseñas más utilizadas del 2017, pero... NO las uses, por favor:

- ☐ 123456
- ☐ Password
- ☐ 12345678
- ☐ qwerty
- ☐ 12345
- ☒ Letras+Números1234




Imagen de la cuenta de Twitter de Soma Informática SL. Fuente: Cuenta de Twitter Soma.

¡OFERTA BROTHER +20% Descuento!

**IMPRESORA MULTIFUNCIÓN
BROTHER MFC-L5750DW**

**Láser monocromo profesional,
dúplex automático 4 en 1,
red cableada y WiFi.**

brother
at your side

brother GARANTÍA **3** AÑOS



Imagen de la página de Facebook de Soma Informática SL. Fuente: Página de Facebook Soma.

Ofertas del mes Julio 2018



1ª. IMPRESORAS MULTIFUNCIÓN LÁSER COLOR

Impresoras 4 en 1 (impresora, copiadora, escáner y fax) con tecnología LED color. Velocidad de 22 ppm en color y monocromo para imprimir documentos de calidad profesional rápidamente. Con conexión móvil, impresión automática a doble cara y ADF de 35 hojas.

MFC-9140CDN

245,00€

MFC-9330CDW

265,00€



MFC-9140CDN

-30%

2ª. IMPRESORAS LÁSER COLOR

Impresoras con calidad profesional con una velocidad color de hasta 31 ppm*, impresión a doble cara automática, conexión cableada y WiFi y pantalla táctil color de 6,8cm*. Máxima eficiencia y productividad.

HL-3150CDW

165,00€

HL-L8260CDW

240,00€



HL-3150CDW

-20%

* Unidades limitadas. Precios IVA no incluido. Válidos salvo error u omisión

Imagen de la página de Facebook de Soma Informática SL. Fuente: Página de Facebook Soma.



Rotuladora BROTHER PT-D600
Rotuladora electrónica de sobremesa con pantalla a color, teclado y conexión a PC

105 € +IVA

*¡OCASION!
Incluye 2 cintas TZE251*

soma
INFORMATICA
www.somainformatica.com

Imagen de la página de Facebook de Soma Informática SL. Fuente: Página de Facebook Soma.



soma
INFORMATICA
www.somainformatica.com

**¡Que no te pille el toro!
Compra tus consumibles
antes de fiestas.
Encárgalos en
SOMA INFORMATICA**

Imagen de la cuenta de Twitter de Soma Informática SL. Fuente: Cuenta de Twitter Soma.

Ofertas del mes Julio 2018

brother GARANTÍA 3 AÑOS



3ª. IMPRESORAS MULTIFUNCIÓN DE TINTA PROFESIONAL Y TINTA CONSUMO

HASTA
-20%

Máxima versatilidad: funciones hasta tamaño A3*, doble cara automática en todas las funciones y doble bandeja.

MFC-J5730DW

165,00€

MFC-J6930DW

260,00€

Impresora 4 en 1 (impresora, fax, copiadora y escáner) con múltiples opciones de conectividad: WiFi, WiFi Direct, conexión móvil y Cloud.

MFC-J480DW

85,73€



MFC-J5730DW

* MFC-J5730DW: Impresión hasta A3 y resto de funciones A4. Doble cara A4.
MFC-J6930DW: Todas las funciones y doble cara hasta tamaño A4

4ª. IMPRESORAS Y EQUIPOS MULTIFUNCIÓN LÁSER MONOCROMO

-15%

Pensadas para agilizar los trabajos diarios con una velocidad de impresión de hasta 40 ppm*. Impresión automática a doble cara y distinta capacidad de papel para adaptarse a diferentes necesidades: 251, 300 o 550 hojas*.

HL-L2350DW

84,58€

HL-L2375DW

120,00€

DCP-L2510D

100,00€

MFC-L5700DN

350,00€

MFC-L5700DNLT

430,00€





MFC-L5700DN


*Según modelo


* Unidades limitadas. Precios IVA no incluido. Válidos salvo error u omisión

Imagen de la página de Facebook de Soma Informática SL. Fuente: Página de Facebook Soma.

Ofertas del mes
 Mayo 2018






IMPRESORAS Y EQUIPOS MULTIFUNCIÓN LÁSER MONOCROMO

Impresoras y equipos multifunción láser monocromo que aportan valor a la empresa con equipos robustos, fiables, y flexibles, diseñados para encajar fácilmente en la dinámica de trabajo de cualquier departamento.

EQUIPOS PARA AUTÓNOMOS / PYMES


HL-L2350DW	MFC-L2730DW	MFC-L2750DW
90,00€	175,00€	225,00€



MFC-L2750DW

EQUIPOS MULTIFUNCIÓN PROFESIONALES

DCP-L5500DN	DCP-L5500NLT
375,00€	450,00€




DCP-L5500DN

IMPRESORAS Y EQUIPOS MULTIFUNCIÓN LÁSER / LED COLOR

Equipos láser color robustos y con funcionalidades avanzadas. Múltiples accesorios disponibles para aumentar la productividad y disminuir los costes de impresión.

EQUIPOS MULTIFUNCIÓN PARA AUTÓNOMOS / PYMES

DCP-9020CDW	HL-L8260CDW	HL-L8260CDWLT
275,00€	225,00€	290,00€




HL-L8260CDW

EQUIPOS DE TINTA PROFESIONAL

Rendimiento y fiabilidad profesional, ahora al mejor precio. Funciones a doble cara automática, múltiples opciones de conectividad, y velocidades comparables al láser.

MFC-J5330DW

140,00€



MFC-J5330DW

* Unidades limitadas. Precios IVA no incluido. Válidos salvo error u omisión

Imagen de la página de Facebook de Soma Informática SL. Fuente: Página de Facebook Soma.

TOSHIBA

Leading Innovation >>>

Portátil TOSHIBA TECRA A50-D-12D

Intel i5-7200U/8GB/256GB SSD/15.6"

Experiencia e ingeniería con estilo

Diseñado para trabajar con eficiencia.

soma
INFORMATICA
www.somainformatica.com

975,00 €
IVA
incluido



Imagen de la página de Facebook de Soma Informática SL. Fuente: Página de Facebook Soma.



Imagen de la cuenta de Twitter de Soma Informática SL. Fuente: Cuenta de Twitter Soma.



Reparamos ordenadores

Un equipo de profesionales a tu servicio para asesorarte en las mejores opciones de reparación, ampliación o sustitución.

soma
INFORMATICA
www.somainformatica.com

COMPAQ FUJITSU DELL MSI IBM HP LG SAMSUNG TOSHIBA acer ASUS VAIO

Imagen de la cuenta de *Twitter* de *Soma Informática SL*. Fuente: Cuenta de Twitter Soma.



**DÍA
MUNDIAL
DEL
COLOR**

Imagen de la cuenta de *Twitter* de *Soma Informática SL*. Fuente: Cuenta de Twitter Soma.

22,00 €
IVA
incluido

...lo está esperando

OMEGA Altavoz Bluetooth 4.2

*Sonido de alta calidad
para pasarlo en grande.*

soma
INFORMATICA
www.somainformatica.com



Imagen de la cuenta de Twitter de Soma Informática SL. Fuente: Cuenta de Twitter Soma.

Conecta una memoria USB a tu móvil

Puede resultar muy útil pasar fotos, música, documentos... de un pendrive a tu móvil. Tan solo necesitas un cable USB-OTG. Podrás conectar incluso un kit inalámbrico de teclado y ratón.



Imagen de la cuenta de Twitter de Soma Informática SL. Fuente: Cuenta de Twitter Soma.

ENCUESTA DE REPUTACIÓN CORPORATIVA PARA INFOBIT INFORMÁTICA SL



Esta encuesta es anónima y de carácter no vinculante. La información proporcionada es estrictamente confidencial y será utilizada con fines estadísticos/académicos.

1. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "nada de acuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo", por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Infobit Informática SL presta los servicios públicos y atiende a sus usuarios con calidad y eficiencia:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL es una empresa responsable socialmente, se preocupa por la comunidad.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL es una empresa líder en innovación.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL tiene una buena gestión corporativa.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL una empresa amigable con el medio ambiente.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL establece canales de comunicación con sus clientes y usuarios que garantizan su transparencia y ética empresarial.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

2. Si tuviera que dar una calificación a la gestión corporativa de *Infobit Informática SL*, ¿cuál sería?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. ¿Cree que *Infobit Informática SL* tiene algún aspecto a mejorar? ¿Cuál o cuáles?

Sí

No

4. ¿Cómo posicionaría a *Infobit Informática SL* frente a sus competidores?

Por delante

Al mismo nivel

Por detrás

5. Describa el posicionamiento que considera que tiene *Infobit Informática SL*, entendiendo el posicionamiento como el lugar que ocupa nuestra marca en la mente del consumidor.

¡Gracias por su participación y su sinceridad!

ENCUESTA DE REPUTACIÓN CORPORATIVA PARA *INFObit INFORMÁTICA SL*



Esta encuesta es anónima y de carácter no vinculante. La información proporcionada es estrictamente confidencial y será utilizada con fines estadísticos/académicos.

1. A continuación se muestran una serie de relaciones, por favor, indique cuáles de ellas mantiene con *Infobit Informática SL*.

Actualmente, ¿es cliente de *Infobit Informática SL*? Sí No

En el pasado, ¿ha sido cliente de *Infobit Informática SL*? Sí No

Actualmente ¿trabaja ofreciendo algún tipo de servicio a *Infobit Informática SL*? Sí No

2. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "nada de acuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo", por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Infobit Informática SL ofrece productos y servicios de buena calidad:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL es innovadora y no se limita a copiar a sus competidores:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL transmite confianza:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL es sincera cuando aporta información:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL trata de mejorar continuamente en aquello que hace y en cómo lo hace:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL respeta el marco legal establecido:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL presta atención a las necesidades y expectativas de sus clientes:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL parece estable económicamente:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL cumple los compromisos que establece con sus clientes, trabajadores, proveedores, etc.:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL tiene características únicas y diferenciales:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL se preocupa por otros aspectos y no sólo de generar beneficios:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "con ninguna probabilidad" y 10 "con toda probabilidad" ¿qué probabilidad hay de que recomiendes a *Infobit Informática SL*?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. Enumere los adjetivos o atributos que pasan por su mente cuando piensa en *Infobit Informática SL*.

5. Entendiendo el posicionamiento como el lugar que ocupa una marca en la mente del consumidor, ¿considera que *Infobit Informática SL* tiene un posicionamiento definido?

Sí

No

6. ¿Cómo posicionaría a *Infobit Informática SL* frente a sus competidores?

Por delante

Al mismo nivel

Por detrás

¡Gracias por su participación y su sinceridad!

**ENCUESTA DE REPUTACIÓN CORPORATIVA
PARA INFOBIT INFORMÁTICA SL**

Infobit

INFORMÁTICA

Esta encuesta es anónima y de carácter no vinculante. La información proporcionada es estrictamente confidencial y será utilizada con fines estadísticos/académicos.

1. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "nada de acuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo", por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Infobit Informática SL presta los servicios públicos y atiende a sus usuarios con calidad y eficiencia:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL es una empresa responsable socialmente, se preocupa por la comunidad.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL es una empresa líder en innovación.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL tiene una buena gestión corporativa.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL una empresa amigable con el medio ambiente.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL establece canales de comunicación con sus clientes y usuarios que garantizan su transparencia y ética empresarial.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

2. Si tuviera que dar una calificación a la gestión corporativa de *Infobit Informática SL*, ¿cuál sería?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. ¿Cree que *Infobit Informática SL* tiene algún aspecto a mejorar? ¿Cuál o cuáles?

☒ Sí

☐ No

Impulsar la implantación de normas de calidad.

4. ¿Cómo posicionaría a *Infobit Informática SL* frente a sus competidores?

☒ Por delante

☐ Al mismo nivel

☐ Por detrás

5. Describa el posicionamiento que considera que tiene *Infobit Informática SL*, entendiendo el posicionamiento como el lugar que ocupa nuestra marca en la mente del consumidor.

Reduciendo la tipología de clientes a dos grandes grupos: Clientes "deseñados" y empresas, entiendo que tendríamos distintos posicionamientos. En el primer caso, imagino que nuestra marca ocupa el mismo lugar que cualquier otro tipo de coverwo. En el segundo caso, al ser un cliente más fiel, por la dependencia que se genera ocupamos un lugar más relevante.

¡Gracias por su participación y su sinceridad!

quiero creer que

**ENCUESTA DE REPUTACIÓN CORPORATIVA
PARA INFOBIT INFORMÁTICA SL**

Infobit

INFORMÁTICA

Esta encuesta es anónima y de carácter no vinculante. La información proporcionada es estrictamente confidencial y será utilizada con fines estadísticos/académicos.

1. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "nada de acuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo", por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Infobit Informática SL presta los servicios públicos y atiende a sus usuarios con calidad y eficiencia:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL es una empresa responsable socialmente, se preocupa por la comunidad.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL es una empresa líder en innovación.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL tiene una buena gestión corporativa.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL una empresa amigable con el medio ambiente.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL establece canales de comunicación con sus clientes y usuarios que garantizan su transparencia y ética empresarial.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

2. Si tuviera que dar una calificación a la gestión corporativa de *Infobit Informática SL*, ¿cuál sería?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. ¿Cree que *Infobit Informática SL* tiene algún aspecto a mejorar? ¿Cuál o cuáles?

Sí

No

• Δ Formación de Reciclaje y Actualización de los RR. HH.

4. ¿Cómo posicionaría a *Infobit Informática SL* frente a sus competidores?

Por delante

Al mismo nivel

Por detrás

COMPETIDORES CERCANOS

COMPETIDORES LEJANOS

5. Describa el posicionamiento que considera que tiene *Infobit Informática SL*, entendiendo el posicionamiento como el lugar que ocupa nuestra marca en la mente del consumidor.

- LÍDERAZGO EN SOLUCIONES PROFESIONALES.
- ABAJONADO DE INFORMÁTICA DOMÉSTICA.

¡Gracias por su participación y su sinceridad!

ENCUESTA DE REPUTACIÓN CORPORATIVA
PARA INFOBIT INFORMÁTICA SL

Infobit

INFORMÁTICA

Esta encuesta es anónima y de carácter no vinculante. La información proporcionada es estrictamente confidencial y será utilizada con fines estadísticos/académicos.

1. A continuación se muestran una serie de relaciones, por favor, indique cuáles de ellas mantiene con *Infobit Informática SL*.

Actualmente, ¿es cliente de *Infobit Informática SL*?

☒ Sí☐ No

En el pasado, ¿ha sido cliente de *Infobit Informática SL*?

☒ Sí☐ No

Actualmente ¿trabaja ofreciendo algún tipo de servicio a *Infobit Informática SL*?

☒ Sí☐ No

2. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "nada de acuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo", por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Infobit Informática SL ofrece productos y servicios de buena calidad:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

☒ 10

Infobit Informática SL es innovadora y no se limita a copiar a sus competidores:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

☒ 10

Infobit Informática SL transmite confianza:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

☒ 10

Infobit Informática SL es sincera cuando aporta información:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

☒ 10

Infobit Informática SL trata de mejorar continuamente en aquello que hace y en cómo lo hace:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL respeta el marco legal establecido:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL presta atención a las necesidades y expectativas de sus clientes:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL parece estable económicamente:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL cumple los compromisos que establece con sus clientes, trabajadores, proveedores, etc.:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL tiene características únicas y diferenciales:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL se preocupa por otros aspectos y no sólo de generar beneficios:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "con ninguna probabilidad" y 10 "con toda probabilidad" ¿qué probabilidad hay de que recomiendes a *Infobit Informática SL*?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. Enumere los adjetivos o atributos que pasan por su mente cuando piensa en *Infobit Informática SL*.

SERIEDAD, CALIDAD, PROFESIONALIDAD.

5. Entendiendo el posicionamiento como el lugar que ocupa una marca en la mente del consumidor, ¿considera que *Infobit Informática SL* tiene un posicionamiento definido?

Sí

No

6. ¿Cómo posicionaría a *Infobit Informática SL* frente a sus competidores?

Por delante

Al mismo nivel

Por detrás

¡Gracias por su participación y su sinceridad!

ENCUESTA DE REPUTACIÓN CORPORATIVA
PARA INFOBIT INFORMÁTICA SL

Infobit

INFORMÁTICA

Esta encuesta es anónima y de carácter no vinculante. La información proporcionada es estrictamente confidencial y será utilizada con fines estadísticos/académicos.

1. A continuación se muestran una serie de relaciones, por favor, indique cuáles de ellas mantiene con Infobit Informática SL.

Actualmente, ¿es cliente de Infobit Informática SL?

☒ Sí

No

En el pasado, ¿ha sido cliente de Infobit Informática SL?

☒ Sí

No

Actualmente ¿trabaja ofreciendo algún tipo de servicio a Infobit Informática SL?

☒ Sí

No

2. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "nada de acuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo", por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Infobit Informática SL ofrece productos y servicios de buena calidad:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 ☒ 9 10

Infobit Informática SL es innovadora y no se limita a copiar a sus competidores:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ☒ 10

Infobit Informática SL transmite confianza:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 ☒ 9 10

Infobit Informática SL es sincera cuando aporta información:

0 1 2 3 4 5 6 7 ☒ 8 9 10

Infobit Informática SL trata de mejorar continuamente en aquello que hace y en cómo lo hace:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL respeta el marco legal establecido:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL presta atención a las necesidades y expectativas de sus clientes:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL parece estable económicamente:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL cumple los compromisos que establece con sus clientes, trabajadores, proveedores, etc.:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL tiene características únicas y diferenciales:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL se preocupa por otros aspectos y no sólo de generar beneficios:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "con ninguna probabilidad" y 10 "con toda probabilidad" ¿qué probabilidad hay de que recomiendes a *Infobit Informática SL*?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. Enumere los adjetivos o atributos que pasan por su mente cuando piensa en *Infobit Informática SL*.

innovación desarrollo

5. Entendiendo el posicionamiento como el lugar que ocupa una marca en la mente del consumidor, ¿considera que *Infobit Informática SL* tiene un posicionamiento definido?

Sí

No

6. ¿Cómo posicionaría a *Infobit Informática SL* frente a sus competidores?

Por delante

Al mismo nivel

Por detrás

¡Gracias por su participación y su sinceridad!

ENCUESTA DE REPUTACIÓN CORPORATIVA
PARA INFOBIT INFORMÁTICA SL

Infobit

INFORMÁTICA

Esta encuesta es anónima y de carácter no vinculante. La información proporcionada es estrictamente confidencial y será utilizada con fines estadísticos/académicos.

1. A continuación se muestran una serie de relaciones, por favor, indique cuáles de ellas mantiene con Infobit Informática SL.

Actualmente, ¿es cliente de Infobit Informática SL?

☒ Sí No

En el pasado, ¿ha sido cliente de Infobit Informática SL?

☒ Sí No

Actualmente ¿trabaja ofreciendo algún tipo de servicio a Infobit Informática SL?

☒ Sí No

2. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "nada de acuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo", por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Infobit Informática SL ofrece productos y servicios de buena calidad:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 ☒ 9 10

Infobit Informática SL es innovadora y no se limita a copiar a sus competidores:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ☒ 10

Infobit Informática SL transmite confianza:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ☒ 10

Infobit Informática SL es sincera cuando aporta información:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ☒ 10

Infobit Informática SL trata de mejorar continuamente en aquello que hace y en cómo lo hace:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 **10**

Infobit Informática SL respeta el marco legal establecido:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 **10**

Infobit Informática SL presta atención a las necesidades y expectativas de sus clientes:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 **10**

Infobit Informática SL parece estable económicamente:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 **9** 10

Infobit Informática SL cumple los compromisos que establece con sus clientes, trabajadores, proveedores, etc.:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 **10**

Infobit Informática SL tiene características únicas y diferenciales:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 **10**

Infobit Informática SL se preocupa por otros aspectos y no sólo de generar beneficios:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 **10**

3. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "con ninguna probabilidad" y 10 "con toda probabilidad" ¿qué probabilidad hay de que recomiendes a *Infobit Informática SL*?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 **10**

4. Enumere los adjetivos o atributos que pasan por su mente cuando piensa en *Infobit Informática SL*.

① ENTREGADOS ② RESPONSABLES ③ ENTUSIASTAS
④ PRODUCTIVOS ⑤ PACIENTES

5. Entendiendo el posicionamiento como el lugar que ocupa una marca en la mente del consumidor, ¿considera que *Infobit Informática SL* tiene un posicionamiento definido?

Sí

No

6. ¿Cómo posicionaría a *Infobit Informática SL* frente a sus competidores?

Por delante

Al mismo nivel

Por detrás

¡Gracias por su participación y su sinceridad!

**ENCUESTA DE REPUTACIÓN CORPORATIVA
PARA INFOBIT INFORMÁTICA SL**

Infobit

INFORMÁTICA

Esta encuesta es anónima y de carácter no vinculante. La información proporcionada es estrictamente confidencial y será utilizada con fines estadísticos/académicos.

1. A continuación se muestran una serie de relaciones, por favor, indique cuáles de ellas mantiene con Infobit Informática SL.

Actualmente, ¿es cliente de Infobit Informática SL? Sí No

En el pasado, ¿ha sido cliente de Infobit Informática SL? Sí No

Actualmente ¿trabaja ofreciendo algún tipo de servicio a Infobit Informática SL? (Sí) No

2. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "nada de acuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo", por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Infobit Informática SL ofrece productos y servicios de buena calidad:

0 1 2 3 4 5 6 (7) 8 9 10

Infobit Informática SL es innovadora y no se limita a copiar a sus competidores:

0 1 2 3 4 5 6 (7) 8 9 10

Infobit Informática SL transmite confianza:

0 1 2 3 4 5 6 (7) 8 9 10

Infobit Informática SL es sincera cuando aporta información:

0 1 2 3 4 5 6 (7) 8 9 10

Infobit Informática SL trata de mejorar continuamente en aquello que hace y en cómo lo hace:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL respeta el marco legal establecido:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL presta atención a las necesidades y expectativas de sus clientes:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL parece estable económicamente:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL cumple los compromisos que establece con sus clientes, trabajadores, proveedores, etc.:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL tiene características únicas y diferenciales:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL se preocupa por otros aspectos y no sólo de generar beneficios:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "con ninguna probabilidad" y 10 "con toda probabilidad" ¿qué probabilidad hay de que recomiendes a *Infobit Informática SL*?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. Enumere los adjetivos o atributos que pasan por su mente cuando piensa en *Infobit Informática SL*.

Buen ambiente

5. Entendiendo el posicionamiento como el lugar que ocupa una marca en la mente del consumidor, ¿considera que *Infobit Informática SL* tiene un posicionamiento definido?

Sí

No

6. ¿Cómo posicionaría a *Infobit Informática SL* frente a sus competidores?

Por delante

Al mismo nivel

Por detrás

¡Gracias por su participación y su sinceridad!

**ENCUESTA DE REPUTACIÓN CORPORATIVA
PARA INFOBIT INFORMÁTICA SL**

Infobit

INFORMÁTICA

Esta encuesta es anónima y de carácter no vinculante. La información proporcionada es estrictamente confidencial y será utilizada con fines estadísticos/académicos.

1. A continuación se muestran una serie de relaciones, por favor, indique cuáles de ellas mantiene con *Infobit Informática SL*.

Actualmente, ¿es cliente de *Infobit Informática SL*?

☒ Sí No

En el pasado, ¿ha sido cliente de *Infobit Informática SL*?

☒ Sí No

Actualmente ¿trabaja ofreciendo algún tipo de servicio a *Infobit Informática SL*?

☒ Sí No

2. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "nada de acuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo", por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Infobit Informática SL ofrece productos y servicios de buena calidad:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 ☒ 9 10

Infobit Informática SL es innovadora y no se limita a copiar a sus competidores:

0 1 2 3 4 5 6 7 ☒ 8 9 10

Infobit Informática SL transmite confianza:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ☒ 10

Infobit Informática SL es sincera cuando aporta información:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 ☒ 9 10

Infobit Informática SL trata de mejorar continuamente en aquello que hace y en cómo lo hace:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL respeta el marco legal establecido:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL presta atención a las necesidades y expectativas de sus clientes:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL parece estable económicamente:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL cumple los compromisos que establece con sus clientes, trabajadores, proveedores, etc.:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL tiene características únicas y diferenciales:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL se preocupa por otros aspectos y no sólo de generar beneficios:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "con ninguna probabilidad" y 10 "con toda probabilidad" ¿qué probabilidad hay de que recomiendes a *Infobit Informática SL*?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. Enumere los adjetivos o atributos que pasan por su mente cuando piensa en *Infobit Informática SL*.

Calidad Sincera

Confianza Únicos

5. Entendiendo el posicionamiento como el lugar que ocupa una marca en la mente del consumidor, ¿considera que *Infobit Informática SL* tiene un posicionamiento definido?

Sí

No

6. ¿Cómo posicionaría a *Infobit Informática SL* frente a sus competidores?

Por delante

Al mismo nivel

Por detrás

¡Gracias por su participación y su sinceridad!

ENCUESTA DE REPUTACIÓN CORPORATIVA
PARA INFOBIT INFORMÁTICA SL

Infobit

INFORMÁTICA

Esta encuesta es anónima y de carácter no vinculante. La información proporcionada es estrictamente confidencial y será utilizada con fines estadísticos/académicos.

1. A continuación se muestran una serie de relaciones, por favor, indique cuáles de ellas mantiene con Infobit Informática SL.

Actualmente, ¿es cliente de Infobit Informática SL?

Sí

☒ No

En el pasado, ¿ha sido cliente de Infobit Informática SL?

Sí

☒ No

Actualmente ¿trabaja ofreciendo algún tipo de servicio a Infobit Informática SL?

☒ Sí

No

2. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "nada de acuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo", por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Infobit Informática SL ofrece productos y servicios de buena calidad:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ☒ 10

Infobit Informática SL es innovadora y no se limita a copiar a sus competidores:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 ☒ 9 10

Infobit Informática SL transmite confianza:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 ☒ 9 10

Infobit Informática SL es sincera cuando aporta información:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ☒ 10

Infobit Informática SL trata de mejorar continuamente en aquello que hace y en cómo lo hace:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL respeta el marco legal establecido:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL presta atención a las necesidades y expectativas de sus clientes:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL parece estable económicamente:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL cumple los compromisos que establece con sus clientes, trabajadores, proveedores, etc.:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL tiene características únicas y diferenciales:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL se preocupa por otros aspectos y no sólo de generar beneficios:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "con ninguna probabilidad" y 10 "con toda probabilidad" ¿qué probabilidad hay de que recomiendes a Infobit Informática SL?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. Enumere los adjetivos o atributos que pasan por su mente cuando piensa en Infobit Informática SL.

Compromiso, transparencia, rapidez, eficacia, dinamismo, integridad

5. Entendiendo el posicionamiento como el lugar que ocupa una marca en la mente del consumidor, ¿considera que Infobit Informática SL tiene un posicionamiento definido?

Si

No

6. ¿Cómo posicionaría a Infobit Informática SL frente a sus competidores?

Por delante

Al mismo nivel

Por detrás

¡Gracias por su participación y su sinceridad!

De nada.

**ENCUESTA DE REPUTACIÓN CORPORATIVA
PARA INFOBIT INFORMÁTICA SL**

Infobit

INFORMÁTICA

Esta encuesta es anónima y de carácter no vinculante. La información proporcionada es estrictamente confidencial y será utilizada con fines estadísticos/académicos.

1. A continuación se muestran una serie de relaciones, por favor, indique cuáles de ellas mantiene con *Infobit Informática SL*.

Actualmente, ¿es cliente de *Infobit Informática SL*?

Sí

☒ No

En el pasado, ¿ha sido cliente de *Infobit Informática SL*?

☒ Sí

No

Actualmente ¿trabaja ofreciendo algún tipo de servicio a *Infobit Informática SL*?

Sí

☒ No

2. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "nada de acuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo", por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Infobit Informática SL ofrece productos y servicios de buena calidad:

0 1 2 3 4 5 6 7 ☒ 8 9 10

Infobit Informática SL es innovadora y no se limita a copiar a sus competidores:

0 1 2 3 4 5 ☒ 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL transmite confianza:

0 1 2 3 4 5 6 7 ☒ 8 9 10

Infobit Informática SL es sincera cuando aporta información:

0 1 2 3 4 5 6 7 ☒ 8 9 10

Infobit Informática SL trata de mejorar continuamente en aquello que hace y en cómo lo hace:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL respeta el marco legal establecido:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL presta atención a las necesidades y expectativas de sus clientes:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL parece estable económicamente:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL cumple los compromisos que establece con sus clientes, trabajadores, proveedores, etc.:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL tiene características únicas y diferenciales:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL se preocupa por otros aspectos y no sólo de generar beneficios:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "con ninguna probabilidad" y 10 "con toda probabilidad" ¿qué probabilidad hay de que recomiendes a *Infobit Informática SL*?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. Enumere los adjetivos o atributos que pasan por su mente cuando piensa en *Infobit Informática SL*. *Profesionales y serios.*

5. Entendiendo el posicionamiento como el lugar que ocupa una marca en la mente del consumidor, ¿considera que *Infobit Informática SL* tiene un posicionamiento definido?

Sí

No

6. ¿Cómo posicionaría a *Infobit Informática SL* frente a sus competidores?

Por delante

Al mismo nivel

Por detrás

¡Gracias por su participación y su sinceridad!

**ENCUESTA DE REPUTACIÓN CORPORATIVA
PARA INFOBIT INFORMÁTICA SL**

Infobit

INFORMÁTICA

Esta encuesta es anónima y de carácter no vinculante. La información proporcionada es estrictamente confidencial y será utilizada con fines estadísticos/académicos.

1. A continuación se muestran una serie de relaciones, por favor, indique cuáles de ellas mantiene con *Infobit Informática SL*.

Actualmente, ¿es cliente de *Infobit Informática SL*?

☒ Sí No

En el pasado, ¿ha sido cliente de *Infobit Informática SL*?

☒ Sí No

Actualmente ¿trabaja ofreciendo algún tipo de servicio a *Infobit Informática SL*?

Sí ☒ No

2. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "nada de acuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo", por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Infobit Informática SL ofrece productos y servicios de buena calidad:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ☒ 10

Infobit Informática SL es innovadora y no se limita a copiar a sus competidores:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ☒ 10

Infobit Informática SL transmite confianza:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ☒ 10

Infobit Informática SL es sincera cuando aporta información:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ☒ 10

Infobit Informática SL trata de mejorar continuamente en aquello que hace y en cómo lo hace:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 **10**

Infobit Informática SL respeta el marco legal establecido:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 **9** 10

Infobit Informática SL presta atención a las necesidades y expectativas de sus clientes:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 **10**

Infobit Informática SL parece estable económicamente:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 **9** 10

Infobit Informática SL cumple los compromisos que establece con sus clientes, trabajadores, proveedores, etc.:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 **10**

Infobit Informática SL tiene características únicas y diferenciales:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 **9** 10

Infobit Informática SL se preocupa por otros aspectos y no sólo de generar beneficios:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 **9** 10

3. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "con ninguna probabilidad" y 10 "con toda probabilidad" ¿qué probabilidad hay de que recomiendes a *Infobit Informática SL*?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 **10**

4. Enumere los adjetivos o atributos que pasan por su mente cuando piensa en *Infobit Informática SL*.

Confianza, Buen trato, solución de problemas,

5. Entendiendo el posicionamiento como el lugar que ocupa una marca en la mente del consumidor, ¿considera que *Infobit Informática SL* tiene un posicionamiento definido?

Sí

No

6. ¿Cómo posicionaría a *Infobit Informática SL* frente a sus competidores?

Por delante

Al mismo nivel

Por detrás

¡Gracias por su participación y su sinceridad!

ENCUESTA DE REPUTACIÓN CORPORATIVA
PARA INFOBIT INFORMÁTICA SL

Infobit

INFORMÁTICA

Esta encuesta es anónima y de carácter no vinculante. La información proporcionada es estrictamente confidencial y será utilizada con fines estadísticos/académicos.

1. A continuación se muestran una serie de relaciones, por favor, indique cuáles de ellas mantiene con Infobit Informática SL.

- Actualmente, ¿es cliente de Infobit Informática SL? (Sí) No
- En el pasado, ¿ha sido cliente de Infobit Informática SL? Sí No
- Actualmente ¿trabaja ofreciendo algún tipo de servicio a Infobit Informática SL? Sí No

2. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "nada de acuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo", por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Infobit Informática SL ofrece productos y servicios de buena calidad:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 (10)

Infobit Informática SL es innovadora y no se limita a copiar a sus competidores:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 (10)

Infobit Informática SL transmite confianza:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 (10)

Infobit Informática SL es sincera cuando aporta información:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 (10)

Infobit Informática SL trata de mejorar continuamente en aquello que hace y en cómo lo hace:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL respeta el marco legal establecido:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL presta atención a las necesidades y expectativas de sus clientes:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL parece estable económicamente:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL cumple los compromisos que establece con sus clientes, trabajadores, proveedores, etc.:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL tiene características únicas y diferenciales:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL se preocupa por otros aspectos y no sólo de generar beneficios:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "con ninguna probabilidad" y 10 "con toda probabilidad" ¿qué probabilidad hay de que recomiendes a *Infobit Informática SL*?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. Enumere los adjetivos o atributos que pasan por su mente cuando piensa en *Infobit Informática SL*.

Solucionar problemas, confianza, trato personalizado

5. Entendiendo el posicionamiento como el lugar que ocupa una marca en la mente del consumidor, ¿considera que *Infobit Informática SL* tiene un posicionamiento definido?

Sí

No

6. ¿Cómo posicionaría a *Infobit Informática SL* frente a sus competidores?

Por delante

Al mismo nivel

Por detrás

¡Gracias por su participación y su sinceridad!

ENCUESTA DE REPUTACIÓN CORPORATIVA
PARA INFOBIT INFORMÁTICA SL

Infobit

INFORMÁTICA

Esta encuesta es anónima y de carácter no vinculante. La información proporcionada es estrictamente confidencial y será utilizada con fines estadísticos/académicos.

1. A continuación se muestran una serie de relaciones, por favor, indique cuáles de ellas mantiene con Infobit Informática SL.

Actualmente, ¿es cliente de Infobit Informática SL?

Sí ☐ No ☒

En el pasado, ¿ha sido cliente de Infobit Informática SL?

☒ Sí ☐ No

Actualmente ¿trabaja ofreciendo algún tipo de servicio a Infobit Informática SL?

Sí ☐ No ☒

2. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "nada de acuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo", por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Infobit Informática SL ofrece productos y servicios de buena calidad:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 ☒ 9 10

Infobit Informática SL es innovadora y no se limita a copiar a sus competidores:

0 1 2 3 4 5 6 7 ☒ 8 9 10

Infobit Informática SL transmite confianza:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ☒ 10

Infobit Informática SL es sincera cuando aporta información:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ☒ 10

Infobit Informática SL trata de mejorar continuamente en aquello que hace y en cómo lo hace:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL respeta el marco legal establecido:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL presta atención a las necesidades y expectativas de sus clientes:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL parece estable económicamente:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL cumple los compromisos que establece con sus clientes, trabajadores, proveedores, etc.:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL tiene características únicas y diferenciales:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL se preocupa por otros aspectos y no sólo de generar beneficios:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "con ninguna probabilidad" y 10 "con toda probabilidad" ¿qué probabilidad hay de que recomiendes a *Infobit Informática SL*?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. Enumere los adjetivos o atributos que pasan por su mente cuando piensa en *Infobit Informática SL*. *confianza, familiar, seguro*

5. Entendiendo el posicionamiento como el lugar que ocupa una marca en la mente del consumidor, ¿considera que *Infobit Informática SL* tiene un posicionamiento definido?

Sí

No

6. ¿Cómo posicionaría a *Infobit Informática SL* frente a sus competidores?

Por delante

Al mismo nivel

Por detrás

¡Gracias por su participación y su sinceridad!

**ENCUESTA DE REPUTACIÓN CORPORATIVA
PARA INFOBIT INFORMÁTICA SL**

Infobit

INFORMÁTICA

Esta encuesta es anónima y de carácter no vinculante. La información proporcionada es estrictamente confidencial y será utilizada con fines estadísticos/académicos.

1. A continuación se muestran una serie de relaciones, por favor, indique cuáles de ellas mantiene con Infobit Informática SL.

Actualmente, ¿es cliente de Infobit Informática SL?

Sí

☒ No

En el pasado, ¿ha sido cliente de Infobit Informática SL?

☒ Sí

No

Actualmente ¿trabaja ofreciendo algún tipo de servicio a Infobit Informática SL?

Sí

☒ No

2. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "nada de acuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo", por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Infobit Informática SL ofrece productos y servicios de buena calidad:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ☒ 10

Infobit Informática SL es innovadora y no se limita a copiar a sus competidores:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 ☒ 9 10

Infobit Informática SL transmite confianza:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ☒ 10

Infobit Informática SL es sincera cuando aporta información:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ☒ 10

Infobit Informática SL trata de mejorar continuamente en aquello que hace y en cómo lo hace:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL respeta el marco legal establecido:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL presta atención a las necesidades y expectativas de sus clientes:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL parece estable económicamente:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL cumple los compromisos que establece con sus clientes, trabajadores, proveedores, etc.:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL tiene características únicas y diferenciales:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL se preocupa por otros aspectos y no sólo de generar beneficios:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "con ninguna probabilidad" y 10 "con toda probabilidad" ¿qué probabilidad hay de que recomiendes a *Infobit Informática SL*?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. Enumere los adjetivos o atributos que pasan por su mente cuando piensa en *Infobit Informática SL*.

Profesional, serio, servicial

5. Entendiendo el posicionamiento como el lugar que ocupa una marca en la mente del consumidor, ¿considera que *Infobit Informática SL* tiene un posicionamiento definido?

Sí

No

6. ¿Cómo posicionaría a *Infobit Informática SL* frente a sus competidores?

Por delante

Al mismo nivel

Por detrás

¡Gracias por su participación y su sinceridad!

**ENCUESTA DE REPUTACIÓN CORPORATIVA
PARA INFOBIT INFORMÁTICA SL**

Infobit

INFORMÁTICA

Esta encuesta es anónima y de carácter no vinculante. La información proporcionada es estrictamente confidencial y será utilizada con fines estadísticos/académicos.

1. A continuación se muestran una serie de relaciones, por favor, indique cuáles de ellas mantiene con Infobit Informática SL.

Actualmente, ¿es cliente de Infobit Informática SL?

Sí

No ☒

En el pasado, ¿ha sido cliente de Infobit Informática SL?

Sí ☒

No

Actualmente ¿trabaja ofreciendo algún tipo de servicio a Infobit Informática SL?

Sí

No ☒

2. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "nada de acuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo", por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Infobit Informática SL ofrece productos y servicios de buena calidad:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ☒

Infobit Informática SL es innovadora y no se limita a copiar a sus competidores:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ☒

Infobit Informática SL transmite confianza:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ☒

Infobit Informática SL es sincera cuando aporta información:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ☒

Infobit Informática SL trata de mejorar continuamente en aquello que hace y en cómo lo hace:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL respeta el marco legal establecido:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL presta atención a las necesidades y expectativas de sus clientes:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL parece estable económicamente:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL cumple los compromisos que establece con sus clientes, trabajadores, proveedores, etc.:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL tiene características únicas y diferenciales:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL se preocupa por otros aspectos y no sólo de generar beneficios:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "con ninguna probabilidad" y 10 "con toda probabilidad" ¿qué probabilidad hay de que recomiendes a *Infobit Informática SL*?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. Enumere los adjetivos o atributos que pasan por su mente cuando piensa en *Infobit Informática SL*.

profesional, seriedad, compromiso

5. Entendiendo el posicionamiento como el lugar que ocupa una marca en la mente del consumidor, ¿considera que *Infobit Informática SL* tiene un posicionamiento definido?

Sí

No

6. ¿Cómo posicionaría a *Infobit Informática SL* frente a sus competidores?

Por delante

Al mismo nivel

Por detrás

¡Gracias por su participación y su sinceridad!

**ENCUESTA DE REPUTACIÓN CORPORATIVA
PARA INFOBIT INFORMÁTICA SL**

Infobit

INFORMÁTICA

Esta encuesta es anónima y de carácter no vinculante. La información proporcionada es estrictamente confidencial y será utilizada con fines estadísticos/académicos.

1. A continuación se muestran una serie de relaciones, por favor, indique cuáles de ellas mantiene con Infobit Informática SL.

Actualmente, ¿es cliente de Infobit Informática SL? ☒ Sí ☐ No

En el pasado, ¿ha sido cliente de Infobit Informática SL? ☒ Sí ☐ No

Actualmente ¿trabaja ofreciendo algún tipo de servicio a Infobit Informática SL? ☐ Sí ☒ No

2. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "nada de acuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo", por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Infobit Informática SL ofrece productos y servicios de buena calidad:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 ☒ 9 10

Infobit Informática SL es innovadora y no se limita a copiar a sus competidores:

0 1 2 3 4 5 6 ☒ 7 8 9 10

Infobit Informática SL transmite confianza:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ☒ 10

Infobit Informática SL es sincera cuando aporta información:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 ☒ 9 10

Infobit Informática SL trata de mejorar continuamente en aquello que hace y en cómo lo hace:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL respeta el marco legal establecido:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL presta atención a las necesidades y expectativas de sus clientes:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL parece estable económicamente:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL cumple los compromisos que establece con sus clientes, trabajadores, proveedores, etc.:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL tiene características únicas y diferenciales:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL se preocupa por otros aspectos y no sólo de generar beneficios:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "con ninguna probabilidad" y 10 "con toda probabilidad" ¿qué probabilidad hay de que recomiendes a *Infobit Informática SL*?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. Enumere los adjetivos o atributos que pasan por su mente cuando piensa en *Infobit Informática SL*.

Fiabilidad, rapidez y confianza.

5. Entendiendo el posicionamiento como el lugar que ocupa una marca en la mente del consumidor, ¿considera que *Infobit Informática SL* tiene un posicionamiento definido?

Sí

No

6. ¿Cómo posicionaría a *Infobit Informática SL* frente a sus competidores?

Por delante

Al mismo nivel

Por detrás

¡Gracias por su participación y su sinceridad!

**ENCUESTA DE REPUTACIÓN CORPORATIVA
PARA INFOBIT INFORMÁTICA SL**

Infobit

INFORMÁTICA

Esta encuesta es anónima y de carácter no vinculante. La información proporcionada es estrictamente confidencial y será utilizada con fines estadísticos/académicos.

1. A continuación se muestran una serie de relaciones, por favor, indique cuáles de ellas mantiene con *Infobit Informática SL*.

Actualmente, ¿es cliente de *Infobit Informática SL*?

☒ Sí ☐ No

En el pasado, ¿ha sido cliente de *Infobit Informática SL*?

☒ Sí ☐ No

Actualmente ¿trabaja ofreciendo algún tipo de servicio a *Infobit Informática SL*?

☐ Sí ☒ No

2. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "nada de acuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo", por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Infobit Informática SL ofrece productos y servicios de buena calidad:

0 1 2 3 4 5 6 7 ☒ 8 9 10

Infobit Informática SL es innovadora y no se limita a copiar a sus competidores:

0 1 2 3 4 5 6 ☒ 7 8 9 10

Infobit Informática SL transmite confianza:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ☒ 10

Infobit Informática SL es sincera cuando aporta información:

0 1 2 3 4 5 6 7 ☒ 8 9 10

Infobit Informática SL trata de mejorar continuamente en aquello que hace y en cómo lo hace:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL respeta el marco legal establecido:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL presta atención a las necesidades y expectativas de sus clientes:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL parece estable económicamente:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL cumple los compromisos que establece con sus clientes, trabajadores, proveedores, etc.:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL tiene características únicas y diferenciales:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL se preocupa por otros aspectos y no sólo de generar beneficios:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "con ninguna probabilidad" y 10 "con toda probabilidad" ¿qué probabilidad hay de que recomiendes a *Infobit Informática SL*?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. Enumere los adjetivos o atributos que pasan por su mente cuando piensa en *Infobit Informática SL*.

NEGATIVOS

5. Entendiendo el posicionamiento como el lugar que ocupa una marca en la mente del consumidor, ¿considera que *Infobit Informática SL* tiene un posicionamiento definido?

Si

No

6. ¿Cómo posicionaría a *Infobit Informática SL* frente a sus competidores?

Por delante

Al mismo nivel

Por detrás

¡Gracias por su participación y su sinceridad!

**ENCUESTA DE REPUTACIÓN CORPORATIVA
PARA INFOBIT INFORMÁTICA SL**

Infobit

INFORMÁTICA

Esta encuesta es anónima y de carácter no vinculante. La información proporcionada es estrictamente confidencial y será utilizada con fines estadísticos/académicos.

1. A continuación se muestran una serie de relaciones, por favor, indique cuáles de ellas mantiene con Infobit Informática SL.

Actualmente, ¿es cliente de Infobit Informática SL?

Sí ☒ No

En el pasado, ¿ha sido cliente de Infobit Informática SL?

☒ Sí No

Actualmente ¿trabaja ofreciendo algún tipo de servicio a Infobit Informática SL?

Sí ☒ No

2. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "nada de acuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo", por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Infobit Informática SL ofrece productos y servicios de buena calidad:

0 1 2 3 4 5 6 7 ☒ 8 9 10

Infobit Informática SL es innovadora y no se limita a copiar a sus competidores:

0 1 2 3 4 5 6 7 ☒ 8 ☒ 9 10

Infobit Informática SL transmite confianza:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ☒ 10

Infobit Informática SL es sincera cuando aporta información:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ☒ 10

Infobit Informática SL trata de mejorar continuamente en aquello que hace y en cómo lo hace:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL respeta el marco legal establecido:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL presta atención a las necesidades y expectativas de sus clientes:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL parece estable económicamente:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL cumple los compromisos que establece con sus clientes, trabajadores, proveedores, etc.:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL tiene características únicas y diferenciales:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL se preocupa por otros aspectos y no sólo de generar beneficios:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "con ninguna probabilidad" y 10 "con toda probabilidad" ¿qué probabilidad hay de que recomiendes a *Infobit Informática SL*?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. Enumere los adjetivos o atributos que pasan por su mente cuando piensa en *Infobit Informática SL*.

Rapidez y eficacia

5. Entendiendo el posicionamiento como el lugar que ocupa una marca en la mente del consumidor, ¿considera que *Infobit Informática SL* tiene un posicionamiento definido?

Sí

No

6. ¿Cómo posicionaría a *Infobit Informática SL* frente a sus competidores?

Por delante

Al mismo nivel

Por detrás

¡Gracias por su participación y su sinceridad!

**ENCUESTA DE REPUTACIÓN CORPORATIVA
PARA INFOBIT INFORMÁTICA SL**

Infobit

INFORMÁTICA

Esta encuesta es anónima y de carácter no vinculante. La información proporcionada es estrictamente confidencial y será utilizada con fines estadísticos/académicos.

1. A continuación se muestran una serie de relaciones, por favor, indique cuáles de ellas mantiene con Infobit Informática SL.

Actualmente, ¿es cliente de Infobit Informática SL?

Sí ☐ No ☒

En el pasado, ¿ha sido cliente de Infobit Informática SL?

☒ Sí ☐ No

Actualmente ¿trabaja ofreciendo algún tipo de servicio a Infobit Informática SL?

Sí ☐ No ☒

2. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "nada de acuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo", por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Infobit Informática SL ofrece productos y servicios de buena calidad:

0 1 2 3 4 ☒ 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL es innovadora y no se limita a copiar a sus competidores:

0 1 2 3 4 ☒ 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL transmite confianza:

0 1 2 3 4 ☒ 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL es sincera cuando aporta información:

0 1 2 3 4 ☒ 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL trata de mejorar continuamente en aquello que hace y en cómo lo hace:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL respeta el marco legal establecido:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL presta atención a las necesidades y expectativas de sus clientes:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL parece estable económicamente:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL cumple los compromisos que establece con sus clientes, trabajadores, proveedores, etc.:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL tiene características únicas y diferenciales:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL se preocupa por otros aspectos y no sólo de generar beneficios:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "con ninguna probabilidad" y 10 "con toda probabilidad" ¿qué probabilidad hay de que recomiendes a *Infobit Informática SL*?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. Enumere los adjetivos o atributos que pasan por su mente cuando piensa en *Infobit Informática SL*.

5. Entendiendo el posicionamiento como el lugar que ocupa una marca en la mente del consumidor, ¿considera que *Infobit Informática SL* tiene un posicionamiento definido?

Sí

No

6. ¿Cómo posicionaría a *Infobit Informática SL* frente a sus competidores?

Por delante

Al mismo nivel

Por detrás

¡Gracias por su participación y su sinceridad!

**ENCUESTA DE REPUTACIÓN CORPORATIVA
PARA INFOBIT INFORMÁTICA SL**

Infobit

INFORMÁTICA

Esta encuesta es anónima y de carácter no vinculante. La información proporcionada es estrictamente confidencial y será utilizada con fines estadísticos/académicos.

1. A continuación se muestran una serie de relaciones, por favor, indique cuáles de ellas mantiene con *Infobit Informática SL*.

Actualmente, ¿es cliente de *Infobit Informática SL*?

☒ Sí ☐ No

En el pasado, ¿ha sido cliente de *Infobit Informática SL*?

☐ Sí ☒ No

Actualmente ¿trabaja ofreciendo algún tipo de servicio a *Infobit Informática SL*?

☐ Sí ☒ No

2. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "nada de acuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo", por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Infobit Informática SL ofrece productos y servicios de buena calidad:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 ☒ 9 10

Infobit Informática SL es innovadora y no se limita a copiar a sus competidores:

0 1 2 3 4 5 ☒ 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL transmite confianza:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 ☒ 9 10

Infobit Informática SL es sincera cuando aporta información:

0 1 2 3 4 5 6 ☒ 7 8 9 10

Infobit Informática SL trata de mejorar continuamente en aquello que hace y en cómo lo hace:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL respeta el marco legal establecido:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL presta atención a las necesidades y expectativas de sus clientes:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL parece estable económicamente:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL cumple los compromisos que establece con sus clientes, trabajadores, proveedores, etc.:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL tiene características únicas y diferenciales:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL se preocupa por otros aspectos y no sólo de generar beneficios:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "con ninguna probabilidad" y 10 "con toda probabilidad" ¿qué probabilidad hay de que recomiendes a *Infobit Informática SL*?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. Enumere los adjetivos o atributos que pasan por su mente cuando piensa en *Infobit Informática SL*.

Buenos en el sector.

5. Entendiendo el posicionamiento como el lugar que ocupa una marca en la mente del consumidor, ¿considera que *Infobit Informática SL* tiene un posicionamiento definido?

Sí

No

6. ¿Cómo posicionaría a *Infobit Informática SL* frente a sus competidores?

Por delante

Al mismo nivel

Por detrás

¡Gracias por su participación y su sinceridad!

**ENCUESTA DE REPUTACIÓN CORPORATIVA
PARA INFOBIT INFORMÁTICA SL**

Infobit

INFORMÁTICA

Esta encuesta es anónima y de carácter no vinculante. La información proporcionada es estrictamente confidencial y será utilizada con fines estadísticos/académicos.

1. A continuación se muestran una serie de relaciones, por favor, indique cuáles de ellas mantiene con *Infobit Informática SL*.

Actualmente, ¿es cliente de *Infobit Informática SL*?

Sí

No

En el pasado, ¿ha sido cliente de *Infobit Informática SL*?

Sí

No

Actualmente ¿trabaja ofreciendo algún tipo de servicio a *Infobit Informática SL*?

Sí

No

2. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "nada de acuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo", por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Infobit Informática SL ofrece productos y servicios de buena calidad:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL es innovadora y no se limita a copiar a sus competidores:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL transmite confianza:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL es sincera cuando aporta información:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL trata de mejorar continuamente en aquello que hace y en cómo lo hace:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL respeta el marco legal establecido:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL presta atención a las necesidades y expectativas de sus clientes:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL parece estable económicamente:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL cumple los compromisos que establece con sus clientes, trabajadores, proveedores, etc.:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL tiene características únicas y diferenciales:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL se preocupa por otros aspectos y no sólo de generar beneficios:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "con ninguna probabilidad" y 10 "con toda probabilidad" ¿qué probabilidad hay de que recomiendes a *Infobit Informática SL*?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. Enumere los adjetivos o atributos que pasan por su mente cuando piensa en *Infobit Informática SL*.

Goay

5. Entendiendo el posicionamiento como el lugar que ocupa una marca en la mente del consumidor, ¿considera que *Infobit Informática SL* tiene un posicionamiento definido?

Sí

No

6. ¿Cómo posicionaría a *Infobit Informática SL* frente a sus competidores?

Por delante

Al mismo nivel

Por detrás

¡Gracias por su participación y su sinceridad!

**ENCUESTA DE REPUTACIÓN CORPORATIVA
PARA INFOBIT INFORMÁTICA SL**

Infobit

INFORMÁTICA

Esta encuesta es anónima y de carácter no vinculante. La información proporcionada es estrictamente confidencial y será utilizada con fines estadísticos/académicos.

1. A continuación se muestran una serie de relaciones, por favor, indique cuáles de ellas mantiene con *Infobit Informática SL*.

Actualmente, ¿es cliente de *Infobit Informática SL*?

☒ Sí☐ No

En el pasado, ¿ha sido cliente de *Infobit Informática SL*?

☒ Sí☐ No

Actualmente ¿trabaja ofreciendo algún tipo de servicio a *Infobit Informática SL*?

☐ Sí☒ No

2. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "nada de acuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo", por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Infobit Informática SL ofrece productos y servicios de buena calidad:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 ☒ 9 10

Infobit Informática SL es innovadora y no se limita a copiar a sus competidores:

0 1 2 3 4 5 6 7 ☒ 8 9 10

Infobit Informática SL transmite confianza:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 ☒ 9 10

Infobit Informática SL es sincera cuando aporta información:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 ☒ 9 10

Infobit Informática SL trata de mejorar continuamente en aquello que hace y en cómo lo hace:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL respeta el marco legal establecido:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL presta atención a las necesidades y expectativas de sus clientes:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL parece estable económicamente:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL cumple los compromisos que establece con sus clientes, trabajadores, proveedores, etc.:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL tiene características únicas y diferenciales:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL se preocupa por otros aspectos y no sólo de generar beneficios:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "con ninguna probabilidad" y 10 "con toda probabilidad" ¿qué probabilidad hay de que recomiendes a *Infobit Informática SL*?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. Enumere los adjetivos o atributos que pasan por su mente cuando piensa en *Infobit Informática SL*.

RESPECTUOSOS, AMABLES

5. Entendiendo el posicionamiento como el lugar que ocupa una marca en la mente del consumidor, ¿considera que *Infobit Informática SL* tiene un posicionamiento definido?

Sí

No

6. ¿Cómo posicionaría a *Infobit Informática SL* frente a sus competidores?

Por delante

Al mismo nivel

Por detrás

¡Gracias por su participación y su sinceridad!

**ENCUESTA DE REPUTACIÓN CORPORATIVA
PARA INFOBIT INFORMÁTICA SL**

Infobit

INFORMÁTICA

Esta encuesta es anónima y de carácter no vinculante. La información proporcionada es estrictamente confidencial y será utilizada con fines estadísticos/académicos.

1. A continuación se muestran una serie de relaciones, por favor, indique cuáles de ellas mantiene con *Infobit Informática SL*.

Actualmente, ¿es cliente de *Infobit Informática SL*? ☒ Sí ☐ No

En el pasado, ¿ha sido cliente de *Infobit Informática SL*? Sí ☒ No

Actualmente ¿trabaja ofreciendo algún tipo de servicio a *Infobit Informática SL*? Sí ☒ No

2. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "nada de acuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo", por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Infobit Informática SL ofrece productos y servicios de buena calidad:

0 1 2 3 4 5 6 ☒ 7 8 9 10

Infobit Informática SL es innovadora y no se limita a copiar a sus competidores:

0 1 2 3 4 5 6 ☒ 7 8 9 10

Infobit Informática SL transmite confianza:

0 1 2 3 4 5 ☒ 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL es sincera cuando aporta información:

0 1 2 3 4 5 6 ☒ 7 8 9 10

Infobit Informática SL trata de mejorar continuamente en aquello que hace y en cómo lo hace:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL respeta el marco legal establecido:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL presta atención a las necesidades y expectativas de sus clientes:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL parece estable económicamente:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL cumple los compromisos que establece con sus clientes, trabajadores, proveedores, etc.:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL tiene características únicas y diferenciales:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Infobit Informática SL se preocupa por otros aspectos y no sólo de generar beneficios:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "con ninguna probabilidad" y 10 "con toda probabilidad" ¿qué probabilidad hay de que recomiendes a *Infobit Informática SL*?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. Enumere los adjetivos o atributos que pasan por su mente cuando piensa en *Infobit Informática SL*.

Profesionales

5. Entendiendo el posicionamiento como el lugar que ocupa una marca en la mente del consumidor, ¿considera que *Infobit Informática SL* tiene un posicionamiento definido?

Sí

No

6. ¿Cómo posicionaría a *Infobit Informática SL* frente a sus competidores?

Por delante

Al mismo nivel

Por detrás

¡Gracias por su participación y su sinceridad!